

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN DIGITAL**

**ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE EL LENGUAJE AUDIOVISUAL DE LOS
CONTENIDOS DE FICCIÓN PRODUCIDOS CON DISPOSITIVOS MÓVILES Y
EL LENGUAJE DE LOS CONTENIDOS DE FICCIÓN DISEÑADOS PARA
DISPOSITIVOS MÓVILES**

EDWIN ROJAS SANTOFIMIO

MEDELLÍN

2014

EDWIN ROJAS SANTOFIMIO

**ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE EL LENGUAJE AUDIOVISUAL DE LOS
CONTENIDOS DE FICCIÓN PRODUCIDOS CON DISPOSITIVOS MÓVILES Y
EL LENGUAJE DE LOS CONTENIDOS DE FICCIÓN DISEÑADOS PARA
DISPOSITIVOS MÓVILES**

**Proyecto de investigación para optar al título
de Magíster en Comunicación Digital**

**Directora: PhD. Beatriz Elena Marín Ochoa
Doctora en Comunicación y Periodismo
Universidad Autónoma de Barcelona**

**MEDELLÍN
2014**

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

"Declaro que esta tesis (o trabajo de grado) no ha sido presentada para optar a un título, ya sea en igual forma o con variaciones, en esta o cualquier otra universidad". Art. 82 Régimen Discente de Formación Avanzada, Universidad Pontificia Bolivariana.

Edwin Rojas

EDWIN DUBÁN ROJAS SANTOFIMIO

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma
Nombre
Jurado

Firma
Nombre
Jurado

Firma
Nombre
Jurado

Medellín, 30 de noviembre de 2014

AGRADECIMIENTOS

Perenne agradecimiento a la Universidad Pontificia Bolivariana y al Programa de Formación Investigativa del Sistema de Investigación, Transferencia e Innovación, por darme la oportunidad durante dos años, de hacer parte de la comunidad académica de la UPB, como pasante de investigación del Grupo de Investigación en Comunicación Urbana (GICU) de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo.

De igual forma, agradezco a la Escuela de Ciencias Sociales y a su decana Érika Jaillier Castrillón, a la Facultad de Comunicación Social – Periodismo y su director Juan Fernando Muñoz Uribe y a todo el cuerpo docente, por la acogida tanto en la Escuela como en la Facultad.

Un agradecimiento especial a Adriana María Vega Velásquez, coordinadora de la Maestría en Comunicación Digital, por seleccionarme como pasante y brindarme la oportunidad de conocer el mundo académico como estudiante e investigador.

Agradezco de manera especial a Beatriz Elena Marín Ochoa, directora de este trabajo de grado y directora del Grupo de Investigación en Comunicación Urbana (GICU), por toda la paciencia, el apoyo, la colaboración y sobre todo, por las múltiples enseñanzas durante la fructífera estancia en la UPB, las cuales han marcado mi vida profesional. También expreso mi gratitud a todos los investigadores del GICU.

Quiero expresar el más sincero agradecimiento a mi familia por el apoyo incondicional, sin importar el día ni la hora, ni muchos menos, las circunstancias.

Y a todas las personas, que de una u otra forma, me ayudaron en la realización de esta investigación, mi más sincero agradecimiento.

RESUMEN

Los estudios en comunicación audiovisual señalan que la técnica de producción cinematográfica y televisiva tiene algunos puntos en común, sin embargo, cada uno de estos medios posee elementos particulares en su lenguaje que los diferencia. Así pues, con la aparición en el ecosistema mediático de una cuarta pantalla (dispositivos móviles), el lenguaje audiovisual para esta plataforma se adapta de acuerdo a sus especificidades tecnológicas y comunicativas, para configurar su propia estética audiovisual.

De ahí que, con este trabajo se pretendan describir las diferencias entre el lenguaje audiovisual de los contenidos de ficción producidos con dispositivos móviles y el lenguaje de los contenidos diseñados para dispositivos móviles, mediante un grupo focal compuesto por profesionales del sector audiovisual, que analizaron contenidos de ficción para dispositivos móviles por medio de *smartphones* y *tablets*. Por otro lado, se hizo un análisis de contenido audiovisual y entrevistas, para identificar los aspectos morfológicos, expresivos, de postproducción, puesta en escena y recursos narrativos en los contenidos de ficción producidos con dispositivos móviles y en los contenidos diseñados para dispositivos móviles. De manera que, se encontró que estos dos tipos de producción audiovisual poseen algunas diferencias sublimes en medio de unas fronteras difusas, debido a que su lenguaje comparte vínculos estrechos con el de los tradicionales medios de comunicación audiovisual.

PALABRAS CLAVE: cuarta pantalla, contenidos de ficción, dispositivos móviles, estética, lenguaje audiovisual.

VERVIEW/Summary

The audiovisual communication studies indicated that the technique of film and television production has some points in common, yet each of these media has individual elements in their language the difference. With the appearance in the media ecosystem of a fourth screen (mobile devices), the visual language for this platform is adapted according to their technological and communicative to set their own visual aesthetic specificities.

The thesis describe the differences between the visual language used in the production of content produced for mobile devices and audiovisual production designed especially for the fourth screen, by a group focal comprises audiovisual professionals who analyzed contents of audiovisual fiction to the fourth screen using *smartphones* and *tablets*. The author employs the analysis of audiovisual content and interviews for identify morphological, expressive aspects, post-production, staging and narrative resources of fiction content produced for mobile devices and designed for mobile devices. It has been found that these two types of audiovisual production have some sublime differences between some fuzzy boundaries, because their language is not fully detached from the traditional means of audiovisual communication.

KEYWORDS: fourth screen, fiction content, mobile devices, aesthetics, visual language.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	11
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.1 Preguntas de investigación.....	14
2. OBJETIVOS.....	15
2.1 General.....	15
2.2 Específicos.....	15
3. MARCO REFERENCIAL.....	16
3.1 Estado del arte.....	16
3.1.1 Estudios estéticos en el panorama digital.....	16
3.1.2 Dispositivos móviles.....	20
3.1.3 Características de la estética audiovisual en los contenidos para dispositivos móviles.....	24
3.2 Marco contextual.....	29
3.2.1 El panorama digital.....	29
3.2.2 Coyuntura de la producción audiovisual en Colombia.....	33
3.2.3 Tendencias del mercado audiovisual.....	35
3.3 Marco conceptual.....	38
4. METODOLOGÍA.....	51
4.1 Carácter de la investigación.....	51
4.2 Muestra.....	52
4.3 Instrumentos.....	60
4.4 Categorías de análisis.....	62
4.5 Diseño metodológico.....	65
4.5.1 Cuestionario.....	65

4.5.2. Planilla de análisis de contenido audiovisual.....	67
4.5.2.1 Planilla de análisis de contenido audiovisual – parte 1.....	67
4.5.2.2 Planilla de análisis de contenido audiovisual – parte 2.....	68
4.5.3 Entrevistas.....	68
5. RESULTADOS.....	70
5.1 Categoría 1: Aspectos morfológicos y expresivos.....	70
5.1.1 Recursos visuales.....	70
5.1.2 Recursos sonoros.....	84
5.2 Categoría 2: Postproducción.....	89
5.3 Categoría 3: Puesta en escena y recursos narrativos.....	95
5.3.1 Recursos narrativos.....	95
5.3.2 Puesta en escena.....	102
5.4 Categoría 4: Idoneidad del lenguaje audiovisual de los contenidos de ficción para el consumo entre <i>smartphones</i> y <i>tablets</i>	106
6. CONCLUSIONES.....	114
7. RECOMENDACIONES.....	119
8. BIBLIOGRAFÍA.....	121
9. ANEXOS.....	133

LISTA DE GRÁFICAS

Figura 1. Tipos de ángulos de cámara.....	45
Figura 2. Tipos de planos cinematográficos.....	46
Figura 3. Fotograma extraído del cortometraje <i>La boca del león</i>	71
Figura 4. Fotograma extraído del cortometraje <i>The other side</i>	72
Figura 5. Fotograma extraído de la serie <i>Talión</i>	78
Figura 6. Fotograma extraído del máster <i>making Talión</i>	78
Figura 7. Fotograma extraído de la serie <i>El gran día de los feos</i>	80
Figura 8. Comparación entre el video en bruto y el producto final en la <i>The other side</i>	91

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Muestra grupo focal.....	53
Tabla 2. Muestra de contenidos audiovisuales de ficción producidos con dispositivos móviles.....	56
Tabla 3. Muestra de contenidos audiovisuales de ficción realizados con equipos de producción profesional para dispositivos móviles.....	58
Tabla 4. Planilla de análisis de contenido audiovisual – parte 1 (categorías1).....	67
Tabla 5. Planilla de análisis de contenido audiovisual – parte 2 (categorías 2 y 3).....	68

INTRODUCCIÓN

Desde que los hermanos Lumière, Auguste Marie Louis Nicolas y Louis Jean realizaron el 28 de diciembre de 1895 la primera exhibición comercial de una obra cinematográfica; en París, Francia, no cesó la producción de contenidos cinematográficos ni tampoco dejó de evolucionar el lenguaje audiovisual.

De ahí que, años después de que la BBC (British Broadcasting Corporation) hizo las primeras emisiones de la televisión pública en el año de 1927, en el Reino Unido, se empezó a universalizar la televisión en los hogares de todo el mundo, lo que marcó la aparición de un nuevo lenguaje audiovisual, debido al uso de un formato y un soporte diferente al utilizado por el cine. Más aún, con la disminución de los costos de los equipos de producción audiovisual, generados por la digitalización de la tecnología, se produjo la descentralización en la elaboración de contenidos con la adopción del formato en video, pues ese monopolio era exclusivo de las productoras de televisión y cine. Así pues, la aparición del video es importante en el desarrollo del lenguaje audiovisual, porque es un medio audiovisual de características experimentales, que transgrede esquemas por su libertad narrativa y eclecticismo.

Luego, con la llegada de Internet y la revolución que introdujo en las comunicaciones y en los lenguajes textuales como audiovisuales, potenciados por medio de la interactividad generada por el hipertexto, los contenidos audiovisuales en la Red se reconstruyen día a día, al retomar elementos de sus antecesores audiovisuales y de las TIC.

Cuando aparece una nueva pantalla apta para el consumo de contenido audiovisual, el lenguaje se adapta de acuerdo a las características técnicas del medio, para configurar una nueva estética. Así pues, entre las diversas

plataformas audiovisuales se pueden observar diferencias entre sus signos visuales y sonoros.

De manera que, con la aparición de los dispositivos móviles (reproductores MP3, *smartphones*, *tablets*...) que se caracterizan por su portabilidad, movilidad, reducido tamaño y sus capacidades comunicativas, se estimula que el lenguaje audiovisual se adapte al medio debido a factores tecnológicos, culturales y a una mutación de otros lenguajes provocados por la convergencia.

Por lo tanto, en Internet se da el cruce entre tecnología y arte, que le brinda a los contenidos de ficción para dispositivos móviles, una particularidad en su lenguaje, propio del entorno, pues en la Red confluyen todo tipo de contenidos que les proporciona a los productores de contenidos audiovisuales, un sinfín de herramientas y elementos expresivos para elaborar contenidos.

En consecuencia, se produce la necesidad de investigar las diferencias entre el lenguaje audiovisual de los contenidos de ficción producidos con dispositivos móviles y el lenguaje de los contenidos diseñados para dispositivos móviles, en la pasantía investigativa de la Maestría en Comunicación Digital de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB), sede Medellín, realizada con el Grupo de Investigación en Comunicación Urbana (GICU), en la línea Sociedad de la Información y el Conocimiento. Investigación adscrita al proyecto: Propuesta de diseño de aplicativo para dispositivos móviles entre la comunidad universitaria UPB (2013), fase II, del programa UPB Innova.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Con la aparición de los dispositivos móviles en el entorno mediático, hay un auge sin precedentes de pantallas para consumir y grabar contenidos audiovisuales en movilidad, razón por la cual, el medio móvil se convirtió en la plataforma protagonista para la producción y el consumo de video. Los estudios sobre lenguaje audiovisual se destinaron a explorar las formas y las posibilidades expresivas del cine, la televisión y el video y en menor medida, en describir el lenguaje de la cuarta pantalla, dada su reciente aparición en comparación a los demás medios de comunicación audiovisual.

En investigaciones académicas realizadas en Iberoamérica en las áreas de la comunicación audiovisual y la comunicación digital, se estudió el lenguaje audiovisual de los contenidos de ficción para dispositivos móviles, lo que contribuye en la descripción de la estética audiovisual en el medio móvil en la literatura de habla hispana. Aun así, hace falta explorar con más detalle el lenguaje en la producción de contenidos de ficción para la cuarta pantalla.

En esta investigación se hace referencia a la estética audiovisual como aquel elemento que concentra los componentes del lenguaje audiovisual, que están relacionados al estudio de las formas visibles del objeto de contemplación, con lo que la narración de ficción para la cuarta pantalla alcanza una identidad específica. De manera que, el objeto de la presente investigación está en describir las diferencias entre el lenguaje audiovisual de los contenidos de ficción producidos con dispositivos móviles y el lenguaje de los contenidos diseñados para dispositivos móviles.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Cuál es la diferencia entre los aspectos morfológicos, expresivos, de postproducción, puesta en escena y recursos narrativos en los contenidos de ficción producidos con dispositivos móviles y en los contenidos diseñados para dispositivos móviles?
2. ¿En el consumo de contenido audiovisual de ficción diseñado para la cuarta pantalla, se deben adaptar el lenguaje audiovisual por separado para *smartphones* y *tablets*?

II

OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

- Describir las diferencias entre el lenguaje audiovisual de los contenidos de ficción producidos con dispositivos móviles y el lenguaje de los contenidos diseñados para dispositivos móviles.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los aspectos morfológicos, expresivos, de postproducción, puesta en escena y recursos narrativos en los contenidos de ficción producidos con dispositivos móviles y en los contenidos diseñados para dispositivos móviles.
- Especificar si es necesario adaptar el lenguaje audiovisual en las producciones diseñadas para la cuarta pantalla, por un lado, para *smartphones* y por otro, para *tablets*.

III

MARCO REFERENCIAL

3.1 ESTADO DEL ARTE

3.1.1 ESTUDIOS ESTÉTICOS EN EL PANORAMA DIGITAL

El video digital es aquel donde las imágenes capturadas son convertidas en lenguaje binario (0 y 1), que luego es codificado, de manera que se convierte en formas, colores, texturas..., que al final son almacenadas en formatos digitales como el AVI, WMV, MPG, MPEG, que hacen accesible el video a las plataformas de exhibición audiovisual en Internet.

Así pues, el video digital está compuesto por píxeles que es la unidad más pequeña de color que compone la imagen del video, de modo que a mayor cantidad de píxeles, hay mejor calidad de imagen (resolución). Las resoluciones más comunes y estandarizadas en la actualidad son la HD (1.080 x 720) y la Full HD (1.920 x 1.080), no obstante, también se pueden encontrar contenidos en súper alta definición a 2K (2.040 x 1.080) y 4K (4.096 x 2.160), aunque estas dos últimas resoluciones son las menos normalizadas del mercado audiovisual.

De la combinación de la técnica de realización en video digital con las propiedades de la Web 2.0, surgen los principios estilísticos que identifican el mensaje audiovisual en la Red, que parten del uso y apropiación de las herramientas que brindan las TIC, para obtener como resultado las cualidades primarias del lenguaje en la ficción de los contenidos para dispositivos móviles; es decir, la forma y la

experiencia de creación en torno a la convergencia de contenido audiovisual, que en efecto es el vínculo de la presente investigación con la comunicación digital.

La estética por lo general ha sido asunto de estudio, a través de la historia, de la filosofía y la historia del arte, es un término que se replantea de manera periódica, porque en cada nuevo contexto cultural su concepción se transforma; de ahí que sea difícil de definir.

En la actualidad es inminente la relación entre las tecnologías de la información y la comunicación con las diferentes ramas del saber, lo que produce que se modifique la concepción de lo estético acorde al contexto de la comunicación digital y la comunicación audiovisual.

Es por eso que, en relación a la estética Seel, M. (2007) expresa que: "imaginamos por un momento a la estética como un vasto edificio en construcción que desde hace siglos viene sufriendo numerosas ampliaciones y añadiduras a manera de un museo que con el tiempo se ha tornado laberíntico" (p.117), pues la es un campo de estudio en el que han surgido y seguirán surgiendo investigaciones académicas, que indagan sobre la percepción y la experiencia de los objetos.

De ahí que en la investigación que adelantó Veciana, S. (2004) para su tesis doctoral "Research arts: La intersección arte, ciencia y tecnología como campo de conocimiento de la acción", realizada para optar al título de Doctora en Bellas Artes de la Universidad de Barcelona, en España, haga en el capítulo una referencia a los vínculos "estético-históricos" entre la ciencia, arte y tecnología, para hacer hincapié de cómo han reflexionado filósofos como Kant, Hegel, Baumgarten, Weibel... sobre lo qué es la estética desde el arte y la ciencia.

Así pues, Veciana (2004) hace un mapeo de la tradición epistemológica de la estética, en donde el objetivo de la investigación fue desarrollar una teoría

transepistémica del arte, en la que mezcla campos, teorías y métodos para estudiar los contextos y las condiciones necesarias para una práctica de colaboración basada en un entorno de producción artística, científica y tecnológica.

En consecuencia, el lenguaje del arte toma elementos de la ciencia y la tecnología, lo que condiciona la narrativa y da pistas de cómo una plataforma es potenciada o limitada por el hardware y el software que tiene incrustado, es por eso que Gómez, E. (2012) manifiesta que la tecnología digital proporciona oportunidades llenas de posibilidades, mientras Gallego, A. (2009) expresa todo lo contrario, puesto que hay una "estética de la similitud en la gran mayoría de propuestas audiovisuales" (p.3), por causa de la presencia de elementos preestablecidos, que no son personalizables por el usuario de ese software. De manera que la tecnología puede ser dicotómica en su aporte a los contenidos digitales.

En la misma línea del estudio anterior, Carrillo, R. (2007) en la investigación "Influencia de la estética en los objetos virtuales", realizada para optar al título de Doctor en Filosofía de la Universidad de Barcelona, España, plantea en el capítulo dos, la importancia que tiene en la percepción de los objetos virtuales los diferentes elementos plásticos como el color, la luz, las texturas y la composición en la generación de la imagen visual, puesto que estos elementos narrativos son los que le dan significado a lo que se representa en la pantalla, con la finalidad de apreciar las formas de la realidad virtual.

De ahí que la realidad virtual, al igual que los demás audiovisuales que incorporan la tecnología digital, toman elementos plásticos como medio para comunicar sensaciones a los sentidos y dar forma a los objetos.

Carrillo (2007) al igual que Veciana (2004) también expresa que el lenguaje de la realidad virtual está condicionado tanto por el hardware como el software, que es

usado en la creación de los contenidos de la realidad virtual; asimismo, plantea que otro limitante es la capacidad creativa y la cultura audiovisual del equipo de producción en la elaboración de contenidos.

La importancia de la investigación de Carrillo (2007) reside en que la realidad virtual toma elementos de las diferentes disciplinas que la conforman (audiovisuales, sonoras, gráficas, textuales...), para adecuar su propia narrativa, que se caracteriza por ser interdisciplinaria, multimedia y abierta. En palabras de Alberich, J. (2003): "La tecnología digital facilita de forma exponencial la manipulación de las imágenes y da lugar, por lo tanto, a un material gráfico inestable, frágil, indefinido, extremadamente adaptable y transformable" (p.2). A causa de esto, se pone de manifiesto que los diversos lenguajes confluentes a lo digital, son un eclecticismo de técnicas.

Además, con la realidad virtual se genera un cambio estético debido a la interactividad, que implica el cambio de rol del autor con la obra y el espectador, al interponer funciones que generan experiencias no lineales mediadas por el hipertexto.

Por otro lado, en lo que respecta a Lizarralde, C. (2011) cuando expone en el artículo: "Concepciones, comunicación y estética digital", donde enseña los resultados de la investigación sobre: "La concepción de la comunicación y estética digital en los docentes que orientan asignaturas relacionadas con tecnologías de información y comunicación en los programas de Comunicación Social – Periodismo en el departamento del Valle, Colombia, hace un aproximación epistemológica de la estética, aunque enfocada al entorno de la educación virtual.

Por lo tanto, Lizarralde (2011), plantea que lo digital con base en la interactividad, participación e hipermedia de las interfaces gráficas, produce unos niveles de comunicación que conciben lenguajes y narrativas que se transforman de forma constante, gracias a una estética que se reconfigura todos los días.

En efecto, no solo la forma sino el contenido de los productos para los medios digitales se altera con respecto a los medios análogos, y todo a causa de la gama de recursos figurativos y narrativos presentes en las plataformas digitales, pues como lo expresa el mismo Lizarralde, C., & López, A. (2012) en otro artículo, el lenguaje y demás elementos de la virtualización "plantean un nuevo tipo de estética nómada, que no sigue líneas dentro de un punto dado, sino que salta de un estado a otro; ya no tiene un lugar fijo de entrada y salida, sus relaciones han cambiado por completo" (p.251).

3.1.2 DISPOSITIVOS MÓVILES

En el ambiente mediático la telefonía móvil es una plataforma que ayuda a impulsar la producción y el consumo de contenidos audiovisuales, lo que trae como consecuencia el distanciamiento entre lo audiovisual tradicional (cine y televisión) con lo audiovisual contemporáneo (Internet, en especial el de los dispositivos móviles).

A propósito de la plataforma móvil, Castellet, A. (2012), en la investigación: "El ecosistema del contenido móvil: actores, líneas de evolución y factores de disrupción", realizada para optar al título de Doctor en la Universidad de Murcia, hace un acercamiento detallado del panorama del ecosistema móvil en España, donde este autor expresa en el capítulo dos, que la creación y producción de contenidos tiene como objeto aprovechar las especificaciones técnicas de la plataforma móvil en función de las necesidades puntuales del usuario.

Así pues, Castellet (2012) enuncia que en la plataforma móvil se facilita la producción de contenidos generados por el usuario y los audiovisuales son los de mayor apogeo, lo que favorece que tengan una identidad que dista de los contenidos de los demás medios y plataformas digitales.

Ahora el concepto de consumidor cambia al de prosumidor, que es un productor y al mismo tiempo consumidor de contenidos (Islas, J., 2008), lo que es un eslabón para impulsar el desarrollo de la industria móvil, a tal punto que gran parte de los videos que circulan en Vine¹ y YouTube son realizados por este tipo de usuarios.

Así pues, el ecosistema móvil es favorable a la recepción de la televisión en movilidad, puesto que: "la televisión móvil se beneficia de las aportaciones a los paradigmas que las nuevas tecnologías ponen a su disposición" (García, F., Gétrudix, M., & García, M., 2009, p. 24), entre ellas la interactividad y la participación, sumado a otros factores como la movilidad y la portabilidad de los dispositivos móviles.

Por eso, la interactividad por medio del hipertexto y el desarrollo de la multimedia en los dispositivos móviles, hace posible la experiencia entre el usuario y el contenido, donde la interfaz digital juega un papel fundamental en la percepción del usuario.

De igual modo, a causa de la movilidad y la portabilidad de los dispositivos móviles, el lenguaje audiovisual en los contenidos de ficción para la plataforma móvil está en un momento de descubrimiento por la combinación de géneros, formatos y otros lenguajes, debido a la convergencia tecnológica y de contenidos.

Por otro lado, Afán, A., Cruz, T. & García, D. (2012) en el capítulo tres; de: "El audiovisual en la telefonía móvil" del libro resultado de investigación de autores varios: "Estructura del mercado audiovisual: resultados", manifiestan que los dispositivos móviles son un nuevo nicho de mercado para la industria audiovisual que está en constante crecimiento, conclusión derivada de investigar aplicaciones relacionadas con contenido audiovisual para dispositivos móviles.

¹ Plataforma para ver y compartir videos cortos.

De manera que, en la investigación realizada por Álvaro et al. (2012) también hace referencia a los cuatro formatos audiovisuales más conocidos para la plataforma móvil, entre los que se encuentran las series Web, que son contenidos de ficción, que se caracterizan por su corta duración, lenguaje sencillo y claro. Es así, cómo se hallan rasgos que demarcan las características del audiovisual en los contenidos de ficción para la cuarta pantalla.

Por otra parte, se cree que los contenidos audiovisuales por estar contenidos en la Web son multiplataforma y no es así: "Los contenidos de formato mayor, como son los productos audiovisuales de calidad en alta definición, requieren para su visionado en condiciones óptimas de una pantalla de grandes dimensiones" (Calvo, S., García, E. & Armas, Y., 2012, p.26), dado que cada plataforma audiovisual tiene sus singularidades, sin importar que tengan unos antecedentes comunes. Pues bien, con el incremento en el consumo audiovisual en los dispositivos móviles, se deben promover dinámicas con contenidos específicos para esta plataforma y así maximizar la experiencia del usuario.

El desarrollo de contenidos audiovisuales para dispositivos móviles implica la aparición de nuevos formatos, adaptables y personalizados, aunque no hay que olvidar que los dispositivos móviles son complementos de la televisión tradicional y de Internet, pues como lo indica Sánchez, C. (2013): "la situación de consumo audiovisual en la Internet consolida la puesta en marcha de la televisión personal. Una televisión en la que cada usuario decide el horario, los contenidos, el espacio y las pantallas para efectuar sus consumos" (193); es decir, el consumo audiovisual en las nuevas plataformas no es el reemplazo ni marcarán el punto de partida de la desaparición de la televisión como la conocemos.

Por otro lado, de Antolín, R. (2012) y su investigación "Youtube como paradigma del video y la televisión 2.0", realizada para optar al título de Doctora de la Universidad Complutense de Madrid, se extraen elementos del entorno audiovisual en la cuarta pantalla, a partir del análisis de YouTube como modelo del

audiovisual en la Web 2.0, donde en gran medida los contenidos almacenados son generados con dispositivos móviles. Así pues, Antolín (2012) menciona algunas de las limitaciones que pueden condicionar el consumo de contenidos desde la plataforma móvil, para ser específicos: la capacidad de la batería, la memoria de almacenamiento, el tamaño de la pantalla y el ancho de banda de la señal de Internet, son condicionantes de la experiencia del usuario.

En contraste con lo anterior, se debe diferenciar la móvil TV (capacidad de algunos dispositivos móviles en recibir la señal de televisión en movimiento por medio de streaming), de los contenidos audiovisuales elaborados directamente para el entorno de los dispositivos móviles. Pues, según Murolo, L. (2012): "lo que le interesa también al estudio de las nuevas pantallas es la especificidad de las narraciones para las nuevas pantallas" (p. 5), porque tanto la móvil TV como lo audiovisual diseñado para móviles, se pueden reproducir en el mismo dispositivo y por ello hay que tener en cuenta que cada uno de ellos tiene elementos distintivos.

Por eso, es indispensable mencionar la investigación: "Contenidos audiovisuales para *smartphones*. Análisis de usabilidad y adecuación al medio, de Galindo, F. (2012), en donde explica el porqué es inútil el transvase de contenidos audiovisuales tradicionales a los dispositivos móviles. La causa con mayor peso, es que desde la usabilidad del audiovisual para dispositivos móviles, solamente tendrán mayores facilidades de consumo los contenidos que mejor se ajusten al medio, con productos cortos que posibiliten el consumo en diversas franjas horarias y le permitan al usuario diferentes posturas en la percepción, debido a que estos contenidos podrán ser vistos en múltiples situaciones de la cotidianidad: dentro de un bus, en una sala de espera, en el intermedio de una clase...

De la investigación realizada por Galindo (2012) con *smartphones*, surge la necesidad de especificar la diferencia al consumir el mismo contenido de ficción audiovisual cuando se usa un *smartphone* y una *tablet*, dado que la percepción del

contenido no es igual en ambos casos y aunque los dos son dispositivos móviles, tienen funciones que los diferencian.

3.1.3 CARACTERÍSTICAS DE LA ESTÉTICA AUDIOVISUAL EN LOS CONTENIDOS DE FICCIÓN PARA LOS DISPOSITIVOS MÓVILES

En este punto conviene subrayar algunas diferencias que inciden en empleo del lenguaje audiovisual en el cine y la televisión, para luego presentar los elementos lingüísticos que toma la estética en la ficción para la cuarta pantalla.

La base del cine es presentar una secuencia de imágenes continuas que producen la sensación de movimiento en el ojo humano; es decir, utiliza un procedimiento fotográfico que une 24 fotogramas por segundo para generar este fenómeno visual. En cuanto al video, no son un conjunto de fotogramas continuos sino una serie de imágenes instantáneas que van a 25, 30 ó 60 frames por segundo, de ahí que el soporte del cine sea fotoquímico y el de la televisión electromagnético.

De hecho, según Tv y video (2005) una película tiene una relación de contraste 100:1, frente a los 30:1 del video, lo que indica que la intensidad en la iluminación entre un punto y otro en la imagen cinematográfica es superior. Asimismo, la película de 35 mm tiene una resolución que aventaja la del video en la definición HD.

Hay que mencionar, además que la televisión combina el lenguaje visual del cine y el sonoro de la radio, como el lenguaje periodístico de la crónica y el reportaje. De modo que, la televisión es un híbrido de formatos de otros medios de comunicación, al tomar de la radio la melodía y el drama; del cine la comedia, la tragedia y el documental... para conformar subgéneros narrativos como las series de ficción y subgéneros no narrativos como el videoclip, entre otros.

A su vez, algunos formatos de la televisión se desarrollan en vivo (principalmente los periodísticos), donde la imagen y el sonido tienen importancia pero el lenguaje verbal tiene una función determinante. Mientras, el cine se desarrolla en diferido y en sus formatos argumentales se privilegian tanto las acciones como los diálogos de los personajes, porque un guion es menos explicativo que un libreto, lo que repercute en el empleo del lenguaje audiovisual.

Otro factor importante para tener presente es que la pantalla del cine tiene un tamaño superior al de la televisión, motivo por el cual se utilizan más planos generales. Por otro lado, en la televisión los programas son presentados en bloques y la estructura de los mensajes es sencilla para llegar a todo tipo de público, además los tiempos de exhibición de los formatos televisivos son menores que los cinematográficos.

En lo que toca a la estética audiovisual en el medio móvil se construye con la práctica del lenguaje audiovisual en la ficción para la cuarta pantalla, de donde parte la narrativa como un instrumento para relatar de forma adecuada una historia, con base no solo en ese lenguaje sino también en las condiciones del medio de comunicación.

La estética, el lenguaje y la narrativa audiovisual se vinculan de tal manera que pueden despistar al lector hasta el punto de ser tomados como términos equivalentes, por lo que es preciso aclarar que el lenguaje y la narrativa audiovisual es solo una parte de lo que engloba la estética audiovisual. Por eso, cuando se alude a la estética se hace para hacer referencia a aquellos elementos que se relacionan de modo directo con los componentes del lenguaje audiovisual, razón por la cual el objeto de estudio en esta investigación se centra en el análisis morfológico de los contenidos de ficción en el entorno móvil; es decir, en el lenguaje y la manera como se dispone en el relato (narrativa).

Así que, por el lado de la estética audiovisual la investigación de Morales, L. (2011) "Migración hacia nuevas pantallas: transformaciones estéticas, narrativas en los productos de ficción para telefonía móvil y dispositivos personales en España", parte de un análisis que se centra en las series emitidas para dispositivos móviles por Amanea y TV3 entre 2005 y 2011. Allí el autor genera un acercamiento valioso sobre la estética de los contenidos de ficción para dispositivos móviles, aunque también manifiesta que por la cantidad limitada de contenidos de ficción para dispositivos móviles, es difícil detallar la manera cómo se usa en su totalidad el lenguaje audiovisual en este tipo de producciones, para así hacer un estudio más exhaustivo.

En resumidas cuentas, de la investigación de Morales (2011) se deduce que su análisis narrativo y estético partió de contenidos realizados con equipos de producción profesional, debido a que las series fueron encargadas a las productoras audiovisuales Globomedia, Screen 21/ TVC, CCRTV Interactiva y BRB Int. De ahí, que él autor exprese que este tipo de contenidos se produce en un formato televisivo; sin embargo, indica que la percepción de los contenidos es diferente tanto para la televisión como para el dispositivo móvil. Por otro lado, en cuanto a la parte plástica de la ficción audiovisual para el medio móvil, Molares (2011) dice que la fotografía de las series estudiadas tiene patrones en común, pues manejan colores vivos con gamas saturadas.

Por otro lado, Galindo, F. (2005) que centra su estudio en la narrativa de los contenidos audiovisuales en el medio móvil y de acuerdo a sus apreciaciones se pueden esbozar algunas particularidades de esa narrativa audiovisual, a partir de cuatro cambios fundamentales:

- Cambios en la articulación del plano: en la cuarta pantalla es preferible usar planos expresivos o cortos, utilizar el encuadre clásico, evitar el uso de movimientos de cámara y de la profundidad de campo.

- Cambios en la concepción de las estructuras temporales: en los contenidos audiovisuales para dispositivos móviles se usan menos planos, escenas y secuencias, como también hay brevedad en las historias.
- Cambios en la utilización del diseño gráfico: en el entorno móvil los textos deben ser más grandes, con tipografías sencillas y con un elevado contraste entre el texto y el fondo.
- Cambios en la recepción del audio: se pasa a usar audífonos en vez de parlantes para individualizar la recepción del contenido, aunque no es un cambio trascendente.

Estos cuatro cambios nos brindan una idea de cómo adaptar contenidos, mediante un lenguaje audiovisual diseñado para dispositivos móviles, acorde a la inherencia del soporte.

De manera que, en este punto he de referirme a Velásquez, G. (2012) y su tesis doctoral "Móviles de guerrilla procesos de autocomunicación. Lenguaje audiovisual en medios móviles y su aplicabilidad didáctica en pedagogías alternativas. Estudio de caso en el Colegio Colombo Francés de Medellín – Colombia", en donde plantea los rasgos generales del lenguaje audiovisual en la ficción para la cuarta pantalla, a partir de contenidos audiovisuales producidos con dispositivos móviles.

Si bien, para Velásquez (2012), el lenguaje audiovisual cambia a causa de la convergencia de medios y plataformas, es preciso señalar que el consumidor de contenidos igualmente se ha transformado, porque la Web 2.0 le da la oportunidad de participar, interactuar y socializar, para Vera, M. (2009) es un "Fenómeno que, por supuesto, está ligado a las condiciones ideológicas, sociales y marcadamente económicas del contexto en el que se produce." (p. 251), es sin lugar a duda un entorno en el que todos los eslabones de la comunicación audiovisual cambian: público, narrativa y procesos de producción en función de las TIC.

De ahí que se establezcan cambios importantes en el uso del lenguaje audiovisual para los contenidos audiovisuales en los dispositivos móviles, como evitar el uso de planos con ángulos de cámara muy marcados al no aportar narrativamente, pues por las condiciones de la pantalla del dispositivo móvil no se alcanzaría a ver toda la información contenida en el plano. Igualmente, es necesario usar una iluminación contrastada, debido a que la recepción del contenido se puede ver afectada por los reflejos y los brillos producidos por la luz ambiente sobre la pantalla. Y por último, la edición de los contenidos audiovisuales para móviles, se caracteriza por su sencillez y su tendencia a una edición clásica.

De las investigaciones de Morales (2011) y de Velásquez (2012) sale la necesidad de distinguir las diferencias, similitudes y confluencias en la manera cómo se usa el lenguaje audiovisual en la producción de contenidos audiovisuales realizados con dispositivos móviles y los diseñados para la cuarta pantalla, pues en términos estéticos, puede haber una percepción diferente en cada una de las dos situaciones. Por un lado, hay diferencias en la calidad de la imagen y en la percepción de las gamas de colores, que genera el uso de lentes en la producción de contenidos diseñados para dispositivos móviles, que se hace con equipos profesionales de video. Por el otro lado, se encuentra la estabilidad que proporciona la cámara profesional de video en los movimientos sin trípode o mano alzada, lo que representa una mínima vibración en el plano grabado, característica opuesta en un *smartphone*.

Estos movimientos sin trípode con su respectiva vibración en la narrativa de ficción, aplica a situaciones particulares como una persecución, según la teoría narrativa del cine y la televisión, pero que en los dispositivos móviles no tendría un uso justificado, pues sería una limitación del medio, debido a que los contenidos grabados en este tienden a esa vibración, porque su peso no le brinda estabilidad al operador de la cámara.

Todas las anteriores investigaciones ayudan a bosquejar la compleja estructura de la estética del audiovisual de ficción para la cuarta pantalla, pues son una herramienta para que los realizadores audiovisuales generen contenido adaptado para los dispositivos móviles, aunque todavía falta mucho terreno por explorar.

3.2 MARCO CONTEXTUAL

3.2.1 EL PANORAMA DIGITAL

Tras el desarrollo de las Cumbres Mundiales de la Sociedad de la Información en Ginebra (2003) y Túnez (2005), se forjó una agenda sobre tecnologías de la información y la comunicación, donde se promulgó la creación de políticas por parte del sector público y privado, para mejorar la infraestructura de la información y la comunicación para el acceso al conocimiento.

De manera que a partir de la necesidad de vincular los procesos productivos y económicos de la sociedad a las TIC, se producen y almacenan una multiplicidad de contenidos en la Web, gracias a que Internet es "una nueva forma de entender el espacio que ahora aparece como un concepto infinito y al tiempo infinitesimal; es decir, por un lado se comprime infinitamente hasta llegar al tamaño infinitesimal... y, al mismo tiempo, se expande infinitamente" (García, A. et al, 2010, p.4), lo que genera que se convierta en la memoria de la sociedad Red, debido a que es el resguardo de la información del mundo sin distinción de lenguaje, formato o duración.

En el 2007, a solo cinco y dos años de la primera y segunda Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, en Internet según García, J. (2013, citando a Hilbert, M. & López, P., 2011), la información que se almacenó en general se estima en

más de 276.000 millones de gigabytes, lo que demuestra el potencial de la Red para guardar información y, por consiguiente, convertirse en la mayor herramienta de distribución de contenidos.

Por un lado, un estudio de IDC (2013) pronostica que para el 2020 la información producida en Internet será aproximada a 40.000 exabytes; es decir, 40 trillones de gigabytes, se pasará de 10^9 unidades de bits almacenadas en 2007, hasta 10^{18} unidades en el 2020, en la que uno de los grandes protagonistas será el alojamiento de video.

Por el otro lado, Alcatel-Lucent (2012) proyecta que en Estados Unidos habrá un crecimiento de 12 veces el volumen de contenidos de vídeo en la Red, pues en ese año, el tiempo dedicado para su consumo pasará de 4,8 horas a 7 horas por usuario al día, lo que producirá que la recepción de vídeo basado en la Web se duplique por año y se pase de 90 exabytes hasta 1.1 zettabytes de almacenamiento de contenido en video.

Lo anterior implica que el consumo y producción de información en digital se multiplica de manera exponencial, estamos inmersos en una era que se caracteriza por una superproducción de información y los contenidos audiovisuales no son la excepción.

Cada día se consumen más contenidos desde Internet, pues la convergencia de plataformas y de información lo permite. Para Arango G. & González, M. (2009): "Una característica esencial de la comunicación del nuevo siglo, referida a la naturaleza de sus contenidos, resalta el valor predominante de la imagen como expresión comunicativa por excelencia. Se destacan la relevancia y el protagonismo del mensaje audiovisual" (p. 218), por tal razón, es de interés para las industrias culturales incursionar con estrategias más agresivas en los formatos audiovisuales.

A su vez, el audiovisual tradicional, por lo general, mantiene la estructura retórica aristotélica (inicio, desarrollo y final), mientras en Internet el audiovisual con programación HTML, híbrido que sale del audiovisual tradicional y que aprovecha las características de la Web 2.0, surge para establecer narrativas disruptivas, aleatorias y fragmentarias por las posibilidades de navegación, interactividad y participación, que se pueden establecer con el contenido. Es así, como el audiovisual contemporáneo se sirve de las posibilidades que le ofrecen las plataformas de video en la Web y crea canales de participación, para establecer interactividad con el consumidor.

A pesar de todo, Díaz, R. (2009) manifiesta que: "por el momento el video es un punto de llegada: a él se enlaza, pero no se enlaza desde él" (p. 69), hasta el presente de esta investigación en la plataforma YouTube hay unos tímidos avances en materia de usar enlaces en el video y maximizar las posibilidades del lenguaje hipertextual o hipermedia con el audiovisual.

A propósito de las estrategias narrativas impulsadas por la convergencia, en los últimos años toman fuerza las narrativas *transmedia*, en donde se narra una historia en múltiples plataformas, donde cada medio de acuerdo a sus particularidades y lenguaje, le aporta al universo de la narración. Al respecto Guarinos, V., Gordillo, I., & Ramírez M. (2011) manifiesta que:

"La narrativa *transmedia* no solo implica que distintas partes de la ficción creada sean diseminadas por diferentes canales (salas de cine, TV, internet/Web, videojuegos, móviles, eventos reales...) en lugar de concentrarse en uno solo, sino que, además, cada canal debe aportar aspectos nuevos al todo de forma que los contenidos se complementen y potencien entre sí para que sumerjan al público en una experiencia de impacto" (p.581)

La narrativa *transmedia* al involucrar tanto plataformas como usuarios, son un escenario ideal para la monetización de contenidos y allí los contenidos audiovisuales para dispositivos móviles son una gran posibilidad de ingreso para las industrias creativas.

Sin lugar a duda, en la actualidad, las industrias de contenidos encuentran en Internet un nicho oportuno para el mercadeo de contenidos, pues poco a poco se dan las condiciones necesarias en el entorno mediático, para que ciertos modelos de negocio online prosperen y estimulen un incremento en la producción de contenidos para la Web.

Los modelos de negocio online se basan en dos mecanismos de distribución: la descarga y el *streaming*, que pueden ser financiados por la publicidad cuando el producto es gratuito. También, se puede optar por el pago directo por parte del usuario o emplear la modalidad *freemium*², donde el consumidor paga para acceder a ciertas características o paquetes de contenido.

Según Castro, C. (2008), los datos de la industria de contenidos están relacionados con cifras opulentas, porque la UNESCO indicó que en el 2004 los movimientos en esa industria fueron de 1,3 billones de dólares anuales y Latinoamérica solo representaba el 30% de esos bienes culturales.

Mientras en el informe anual de 2011: "El Sector de los Contenidos Digitales en España" (edición 2012), la industria de contenidos facturó 8.553 millones de euros, donde el sector audiovisual es el eje fundamental de la industria, con el 43,6% de la facturación.

² Freemium: es un modelo de negocio donde se libera una parte del servicio de manera gratuita, mientras que el cliente que quiera otros servicios más avanzados deberá pagar por ellos.

Colombia no es la excepción, en el contexto latinoamericano, al incentivar el nacimiento de una industria digital, puesto que con el Plan Nacional de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2008), centra sus esfuerzos, por un lado, en cuatro ejes transversales: comunidad, marco regulatorio, investigación, desarrollo e innovación y gobierno en línea. Por el otro lado, se enfoca en cuatro ejes verticales: educación, salud, justicia y competitividad.

También surge la Ley N° 1341 del 30 julio de 2009, "Por la cual se definen los principios y conceptos sobre la Sociedad de la Información y la Organización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación –TIC-", que se ocupa solo del marco regulatorio de las TIC en el país .

Asimismo, por el 2010 surge en Colombia el Plan Vive Digital, que a diferencia del Plan Nacional de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2008) , tiene una política de promoción de la industria de contenidos digitales más clara. Pues, Vive Digital plantea que hay un ecosistema digital compuesto por infraestructura, servicios, aplicaciones y usuarios, en el cual hay una modelo de oferta y demanda de contenidos.

Un avance importante frente a los contenidos audiovisuales en la política de promoción de la industria de contenidos digitales (2011), es considerar al audiovisual como un subsector de las industrias creativas que conforman la industria digital.

3.2.2 COYUNTURA DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN COLOMBIA

El panorama audiovisual en Colombia en los últimos años se presentó alentador, de manera que con la aprobación de Ley N° 814 de 2003, conocida como la Ley

del cine, se sigue impulsando hasta el presente la producción, distribución y exhibición de largometrajes de naturales colombianos en el país y el exterior.

Otras leyes importantes para impulsar el sector son la Resolución N° 756 de 2007, "Por medio de la cual se establecen los requisitos y el procedimiento para la expedición de la resolución de reconocimiento como proyecto nacional, los certificados de inversión o donación y para los desembolsos de la entidad fiduciaria". Y por otro lado, está la Ley N° 1556 de 9 de julio de 2012, "Por la cual se fomenta el territorio nacional como escenario para el rodaje de obras cinematográficas", leyes que traen confianza inversionista para estimular una masiva producción cinematográfica, que durante algunos años fue escasa.

Según la Revista P&M (2013), la producción audiovisual en Colombia alcanza una cifra de más de \$335.000 millones al año, en la que el sector público desembolsa cifras generosas, aunque no suficientes, en unos estímulos a los nuevos creadores, por medio de becas a la creación audiovisual para la realización de series de televisión, largometrajes y cortometrajes de ficción y documental, como también producciones animadas en 2D y 3D. Entre los estímulos a la creación más conocidos están:

- Convocatoria del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC).
- Convocatoria de estímulos, del Ministerio de Cultura (MinCultura).
- Convocatoria para proyectos audiovisuales, de Señal Colombia.
- Becas a la creación Medellín, de la Secretaria de Cultura Ciudadana, Medellín.

Aunque en Colombia el sector público respalda la producción de contenido audiovisual, son escasas las posibilidades de respaldo económico para la realización de contenidos audiovisuales dedicados para la Red y son casi nulas las posibilidades de encontrar una convocatoria para producir contenidos

audiovisuales para dispositivos móviles. Las iniciativas de este tipo, por lo general, son realizadas por productores independientes.

En los últimos años también toma fuerza la circulación de estudiantes colombianos en el exterior, por medio de los créditos educativos del ICETEX, las becas de Colciencias, de la Fundación Carolina, del programa de becas Fulbright, las del programa Enlaza Mundos y las becas de circulación del Ministerio de Cultura, para que naturales colombianos cursen estudios en pregrado, maestría y doctorado relacionados con audiovisuales, con la finalidad que al regresar al país puedan compartir sus conocimientos, investigar y producir contenidos.

Asimismo, los museos, las universidades y algunos pocos espacios especializados en exhibición audiovisual son los encargados de mostrar al público los productos audiovisuales de los realizadores colombianos. Del mismo modo, YouTube y Vimeo son las plataformas digitales, en las cuales los realizadores exhiben sus producciones a un circuito más amplio.

Y por último, en las diferentes regiones del país se abrieron programas de pregrado en comunicación audiovisual y cine, en los cuales se capacita el capital humano necesario para impulsar una industria, que apenas está en construcción, según EGEDA (2013) en Colombia hay 33 instituciones universitarias que ofrecen estudios relacionados con el sector audiovisual.

3.2.3 TENDENCIAS DEL MERCADO AUDIOVISUAL

El cine y la televisión son los medios más consumidos de la historia, pero ahora con Internet se accede a toda gama de contenidos audiovisuales, incluso los que han sido marginados del audiovisual cinematográfico y televisivo. Con las

plataformas de difusión de video en Internet, tenemos la posibilidad de ver el contenido deseado desde cualquier lugar y a cualquier hora, situación que no era posible con las proyecciones de cine y las emisiones de televisión, en las que el usuario se ajusta a una programación determinada.

Los contenidos audiovisuales se adaptaron a los diferentes soportes digitales, llámese computador, *smart* Tv o cine digital, pero con la diferencia de que en los dispositivos móviles hay un acceso íntimo a los contenidos audiovisuales, puesto que el usuario personaliza la parrilla de programación con base en sus gustos y además, por la posibilidad de elaborar listas de reproducción en las plataformas de distribución de video.

Según el Top de Tendencias de la *Interactive Advertising Bureau* (IAB, 2014) de España, en lo concerniente a los contenidos digitales habrá un aumento de la inversión para el año en curso, pues se crearán contenidos exclusivos para las distintas plataformas y surgirán contenidos especializados por dispositivos. Del lado audiovisual, el informe de AIB pronostica que habrá un incremento del video online en Redes sociales, de igual forma, anuncia nuevas plataformas de consumo audiovisual de referencia.

El consumo de medios audiovisuales en Internet crece año tras año, según estadísticas de YouTube (2013), cada mes más de mil millones de usuarios visitan el portal, se reproducen 6000 millones de horas de vídeo y cada minuto se suben 100 horas más, es indiscutible que YouTube es una plataforma convergente y es el punto acceso para consumir contenidos desde cualquier dispositivo con acceso a Internet.

Es así, como la Encuesta de consumo digital en Colombia (2012), realizada por Ipsos Napoleón Franco, revela que 8 de cada 10 ciudadanos acceden a Internet y dentro de las 10 actividades más frecuentes está ver videos en YouTube y

similares (cuarto lugar), lo que indica que el consumo de video es una de las acciones más buscadas en los medios digitales.

En los últimos cinco años en el país se produjeron series para la Web que alcanzaron una buena acogida entre el público, como: El penúltimo (2012), Susana y Elvira (2012), Déjà vu (2013), Adulto contemporáneo (2013), Entre panas (2014) y La ranga (2014), en otras. Todos los anteriores contenidos fueron dirigidos al consumo en general de dispositivos con acceso a Internet, como el PC, la *tablet* o el *smartphone*.

Por el lado de la telefonía móvil, según el Boletín trimestral de las TIC (2013) del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en las cifras del segundo trimestre indica que Colombia tiene 47.313.686 abonados en el servicio de telefonía móvil, de los cuales 3.756.174 son suscriptores fijos a Internet móvil y 15.264.450 son abonados por demanda de contenido, indicadores que señalan que cerca de la mitad de la población tiene acceso a Internet y al consumo de contenidos digitales.

Ahora los dispositivos móviles son una de las plataformas donde se hace el mayor consumo audiovisual en el mundo, dada la característica de conexión constante a la Red, que permiten el acceso a las plataformas de video para subir contenidos y visualizarlos. Por otro lado, los operadores de telefonía móvil en Colombia incursionan con nuevos modelos de negocio, que no solo consideran la venta de teléfonos y paquetes de datos, también experimentan en el negocio de la industria de contenidos.

De hecho, en el país se produce la primera serie de ficción diseñada de manera exclusiva para dispositivos móviles, llamada *Talión*, financiada por Claro Telecomunicaciones y emitida del 16 de agosto del 2013 hasta noviembre del mismo año, constituida por 13 capítulos, de los cuales, 12 fueron gratuitos. El último capítulo (final) fue de pago, debido a que la historia tenía tres finales

alternativos y para acceder a cualquiera de ellos los usuarios debieron cancelar la suma de \$4.640 más IVA. Asimismo, la segunda serie de ficción diseñada para dispositivos móviles, *Yo te llevo a Brasil* (2014), fue financiada por Claro Telecomunicaciones y está conformada por 18 capítulos de acceso gratuito.

El aumento progresivo del consumo audiovisual en Internet, "se inclina de manera notoria hacia contenidos en los que se desarrollan relatos e historias, por lo que el consumo se concentra en películas, series televisivas, cortometrajes y documentales" (Sánchez, 2013, p. 110), debido a que desde sus orígenes, al ser humano le gustó ver y narrar historias.

Es evidente que los dispositivos móviles son la plataforma con mayor crecimiento en consumo audiovisual en los últimos años, los estudios de proyección de contenidos auguran que seguirán siendo un punto de referencia de consumo audiovisual, lo que catapultará el aumento progresivo de la producción y consumo de contenidos audiovisuales de ficción en los dispositivos móviles.

En consecuencia, surge la presente investigación, realizada durante dos años, en el transcurso de los cuatro semestres académicos de la Maestría en Comunicación Digital, de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín-Colombia.

3.3 MARCO CONCEPTUAL

Los dispositivos móviles al ser una mezcla del entorno de la comunicación digital y la comunicación audiovisual, unido a unas condiciones culturales y económicas, genera un escenario para el desarrollo de contenidos y aplicaciones audiovisuales para la cuarta pantalla.

Ahora bien, las TIC ayudan a impulsar el crecimiento de la oferta y demanda de productos en una industria de contenidos que según Castro, C. (2008) "abarca a toda la producción digital, pensada para las nuevas tecnologías de información y comunicación, para la convergencia digital" (p.18), de manera que desde los dispositivos móviles se acceda a una exuberancia de audiovisuales por medio de las plataformas de transmisión de video.

En relación a los contenidos audiovisuales Voces, R. (2008), manifiesta que se diferencian de los demás elementos de la industria, porque necesitan de un reproductor integrado dentro de la aplicación que los contiene, además, son los productos que requieren más ancho de banda para su visualización, pues son los más pesados y en algunas ocasiones, requieren ser subidos a la Red de forma condensada, condición básica para que aparezca el cine comprimido.

De los factores decisivos para que el audiovisual llegue a las distintas plataformas, incluyendo los dispositivos móviles, es la **convergencia de Redes**, "gracias a la interconexión de un sinnúmero de Redes telemáticas públicas y privadas. De hecho, su Red más popular; la Web, ha alcanzado el éxito gracias, en gran medida, a su capacidad integradora de contenidos, servicios y aplicaciones digitales" (Salaverría, R., & García, J., 2008, p. 35). Es así como hay un lugar común y referente para acceder a los contenidos en video.

De manera que, para complementar el anterior concepto se alude a Scolari, C. (2009), quien toma como referencia a Negroponte, N. (1995), cuando manifiesta que, "La digitalización de las textualidades ha favorecido a la integración de todo tipo de información en un único soporte" (p.46). Es así como se genera el proceso de la convergencia digital que da paso a la convergencia industrial, que es el punto de partida para la creación de la **industria multimedia** (Miller, V., 2004). En consecuencia, surgen nuevos modelos de producción audiovisual, financiación y distribución en Red.

Por tal motivo, es indispensable hacer hincapié en delimitar el concepto de plataforma, aunque hay que resaltar que es un concepto que puede tener varios significados. En primer lugar, Nafría, I. (2007) expresa en relación a Internet que: "Básicamente, considerar la Web como **plataforma** significa que el usuario puede utilizar los sitios Webs como si de una aplicación o programa se tratasen."(p. 103). Las plataformas son servicios en Internet que sustituyen a las aplicaciones y al software para ejecutar tareas determinadas.

En segundo lugar, Villa, M. (2011) equipara: "la noción de medio a la de plataforma como **sistema útil** en el cumplimiento de una finalidad comunicativa, expresiva y narrativa." (p.17), donde los dispositivos móviles cumplen con estos tres requisitos, porque podemos transmitir información por medio de las herramientas incrustadas en el dispositivo, para emitir un mensaje con una estructura de significados.

Y en tercer lugar, Túnez, M. & Chillón, A. (2011) manifiestan que, "una plataforma puede ser definida, además de la **concentración de servicios**, con base en la funcionalidad que se le atribuya" (p.4). Los dispositivos móviles como soporte están compuestos por una diversidad de medios en un solo lugar, en el cual hay un hardware en función de un software, que arranca aplicaciones nativas, mixtas y Webs y que sirven para producir contenidos en cualesquiera de sus etapas, pues desde ellos podemos escribir un guion o libreto, grabarlo en video, editarlo y exhibirlo en YouTube.

En cuanto a los dispositivos móviles son descritos como una "**tecnología sin ataduras**; es decir, no conectada físicamente o que pertenece a entornos remotos o móviles, no estáticos" (Herrera, S. & Fennema, M. (2011, citando a Lawrence, E. Pernici, B. Krogstie, J. (2004) y Pernici, B. (2006), p. 621), o sea, son los dispositivos **portátiles** que son usados en movimiento para que el usuario los pueda transportar cómodamente en un bolsillo o desde un bolso.

Así pues, la **movilidad** también está relacionada con la portabilidad, que según Ramírez, R. (2008), "viene dada por la dimensión del terminal al ser liviano y pequeño, que permite un cómodo transporte y facilita su presencia en distintos espacios" (p. 5), dado que la tecnología inalámbrica implementada en el dispositivo móvil, hace posible que se pueda utilizar por doquier.

Es importante aclarar que el término de computación en movilidad es el uso de la computación y equipos sin cables, que está relacionado con el concepto de dispositivo móvil, aunque dista de él porque es un término generalista, que abarca a todos los dispositivos que procesan información de manera inalámbrica, pero que se diferencia de la cuarta pantalla porque no todos ellos tiene el mismo grado de portabilidad.

Por otro lado, Velásquez (2012) expresa que, "para que un objeto tenga la característica de "móvil", entonces, debe responder a la **conectividad permanente** o su permanencia en Red que actualmente es lo que valoramos" (p. 31), para que así el usuario pueda acceder de manera inmediata a la multiplicidad de aplicaciones que prestan servicios relacionados con productividad, educación, entretenimiento...

A grandes rasgos las características más importantes de los dispositivos móviles son: es una plataforma convergente, sus pantallas son Reducidas, tienen una limitada duración de la batería, poseen teclados físicos o virtuales de tamaño limitado, también tienen limitantes en la capacidad de almacenamiento, poseen tanto cámara de fotografía como de video y se conectan a Internet por medio de datos o Wifi.

La plataforma móvil la conforman variedad de dispositivos, entre ellos los *smartphones* y las *tablets*, que para efectos de la presente investigación es necesario diferenciar. Por un lado, el *smartphone* es resultado del proceso evolutivo de unir las potencialidades del teléfono, la computación móvil y la

conexión permanente a Internet, pues su principal función es realizar llamadas y navegar en la Red. Además, cuentan con un sistema operativo (SO) que admite descargar aplicaciones por medio de una tienda online. Su tamaño oscila entre las 2 y 6 pulgadas de diagonal en su pantalla, lo que permite que sea más portátil que una *tablet* y lo que dificulta ver ciertos contenidos, escribir textos y navegar en la Web.

Por otro lado, la *tablet* es la Reducción del computador portátil en un dispositivo más pequeño, su principal función es la navegación en Internet y pocas veces se usa para hacer llamadas, además poseen una pantalla que oscila entre las 7 y 12 pulgadas, que ofrece una mejor visualización de contenidos y por supuesto, una mayor resolución que en el *smartphone*. Adicionalmente, la *tablet* tiende a tener procesadores superiores, que afectan de manera considerable el rendimiento de las operaciones que se realizan en esos dispositivos, cuenta con una mayor capacidad de almacenamiento en la batería y por lo general, se conecta solo a Redes Wifi. Asimismo, las aplicaciones para *tablets* no funcionan en *smartphones* y el peso de la app es mayor que la de un *smartphone*.

De ahí que, los usuarios con base en la portabilidad y la movilidad de los dispositivos móviles hayan desviado los usos predeterminados por la industria (estrategias), por unas tácticas que son respuesta a las necesidades del entorno (De Certeau, 1990), que aplican a la generación de contenidos y en consecuencia, al lenguaje de los contenidos de ficción para dispositivos móviles, para establecer su propio sello.

Por eso, para especificar las diferencias al consumir el mismo contenido de ficción audiovisual para la cuarta pantalla, cuando se usa un *smartphone* y una *tablet*, es necesario definir que es usabilidad. Para Tramullas, J. (2003) "se trata de un conjunto de técnicas de evaluación, y como tales ofrecen una serie de resultados que permiten extraer conclusiones" (p. 107), relacionadas de cómo un producto es usado para obtener efectividad y satisfacción.

En esta investigación, la **usabilidad** se relaciona con la facilidad para que el usuario obtenga la mayor experiencia en el consumo de contenido audiovisual, con cada dispositivo móvil, dependiendo de las capacidades de cada terminal y del empleo del lenguaje en la ficción, producida tanto con equipo profesional como con el realizado con dispositivos móviles.

Así pues, Montero, Y. & Ortega, S. (2009) expresan sobre la **experiencia del usuario** que: "Un producto o aplicación será usable en la medida que el beneficio que se obtenga de usarlo (utilidad) justifique el esfuerzo necesario para su uso" (p. 65); en otras palabras, es identificar en la investigación los elementos estéticos para que los contenidos estén adaptados según las capacidades de cada dispositivo.

En cuanto a la **estética**, concepto que a través de la historia ha tenido diferentes significados o connotaciones, debido a que: "no es un término unívoco; es corriente hallarla empleada para designar una unidad de saber, pero esa unidad no está dada siempre con el mismo rigor ni por el mismo objeto formal" (Trías, B., 1949, p. 1553), también es asociada al estudio de lo bello, porque es la reflexión de los elementos de significación en las artes.

En la presente investigación se parte de lo expresado por Vizcarra, F. (2002), que entiende la estética: "como estudio de las formas, en tanto que generación de sentido o discurso en torno a las **formas visibles y conceptuales** de un producto," (p. 123). Es por eso, que la finalidad de la estética en relación a los contenidos de ficción para dispositivos móviles, es determinar la disposición interna y externa que definen la composición visual y sonora del contenido; es decir, que la estética está vinculada a las funciones y los modos de presencia de las formas.

Por tal motivo, para determinar las características de la estética de los contenidos de ficción para la cuarta pantalla, se parte de que todo contenido audiovisual es un

texto, de ahí que se estudien los significantes visuales y sonoros; es decir, sus códigos: planos, composición, movimientos de cámara, montaje...

Para el análisis estético de los textos audiovisuales de ficción para dispositivos móviles, con base en lo manifestado por Castellanos, V. (2004), se movilizan tres elementos: **un sujeto** (espectador), **un objeto de creación y contemplación** y por último, **un valor estético** basado en nuestra experiencia personal y cultural.

La **narrativa audiovisual** se remonta a la morfología del cuento, en donde "La morfología narrativa representa el estudio de las formas y sus transformaciones" (Sánchez, J., 1999), en la que la imagen y el sonido son indispensables para esta investigación, puesto que son piezas del lenguaje audiovisual con el que se construyen los textos audiovisuales. Para completar la descripción sobre el concepto de narrativa audiovisual, García, J. (1993) plantea que narrativa es:

"La facultad o capacidad de que disponen las imágenes visuales y acústicas para contar historias, es decir, para articularse con otras imágenes y elementos portadores de significación hasta el punto de configurar discursos constructivos de textos, cuyo significado son las historias, la narrativa audiovisual es la ordenación metódica y sistemática de los conocimientos, que permiten descubrir, describir y explicar el sistema, proceso y los mecanismos de la narratividad de la imagen visual y acústica fundamentalmente, tanto en su forma como en su funcionamiento." (p. 16).

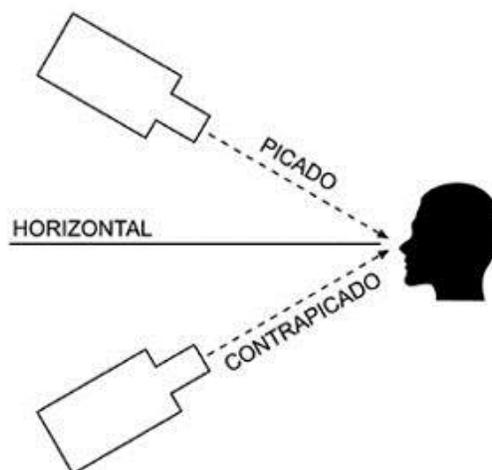
La articulación de los elementos y componentes de la imagen visual y sonora constituye el lenguaje audiovisual, en consecuencia Pulecio, E. (2009), con base en Siety, E. (2004) plantea que este lenguaje se construye a partir de la articulación de la unidad básica y unidad mínima del montaje, que es el **plano** donde se consideran cuatro características:

1. En el plano se da movimiento interno (del personaje) y externo (mediante de desplazamientos de cámara). Los desplazamientos son:

- Travelling: movimiento de la cámara sobre unos rieles; adelante, atrás y en diagonal.
- Paneo: la cámara se mueve en su propio eje, en sentido horizontal y vertical.
- Cámara al hombro: es cuando la cámara es llevada por el operador sobre sus hombros, lo que permite hacer movimientos con toda libertad de desplazamiento.
- Steadycam: La cámara es soportada por un dispositivo que es un estabilizador de la misma, que permite hacer movimientos fluidos.
- Zoom: es el movimiento que se hace con la óptica del lente y permite acercar o alejar los objetos.

3. Posición: en los planos hay dos posiciones principales el picado y el contrapicado. En la posición contrapicado la cámara está en una posición más baja que el objeto, a fin de resaltarlo con superioridad; y en la posición picado, es todo lo contrario.

Figura 1. Tipos de ángulos de cámara



Fuente. Imagen audiovisual (2009)

3. Punto de vista: puede ser objetivo que es aquel donde no se está adoptando la mirada del personaje, por lo general, es el punto de vista más común en los contenidos audiovisuales. El punto de vista subjetivo es aquel en donde se toma la postura del personaje.

En la figura 2, se establece la diferencia gráfica entre los dos puntos de vista. Las tres primeras imágenes pertenecen al punto de vista objetivo y las otras tres al punto de vista subjetivo. La escena pertenece a la película Psicosis (1960) de Alfred Hitchcock.

Figura 2. Tipos de plano cinematográfico (punto de vista)



Fuente. ITE Educación (2007)

4. Contenido o trabajo del plano. Es una categoría en la que se consideran los siguientes puntos:

- Construcción del espacio y su ocupación: se valora la distancia que separa al sujeto de la cámara y el encuadre.
- Relación imagen y sonido: se evalúa desde las fuentes, los puntos de escucha y los cortes sonoros.
- Tiempo del plano: está el tiempo como marco temporal, que hace referencia a lo que dura el plano en la superficie del soporte audiovisual. También

está el tiempo como duración proyectado en su experiencia estética de manera retrospectiva.

- Relación con la totalidad: el plano por sí solo tiene un valor determinado, pero la debida organización de los planos son los que le dan unidad al relato.

También existen varias categorías de planos, entre los tres más importantes están:

- El plano general: es aquel que tiene un valor descriptivo, también es denominado plano largo o abierto y por lo habitual, se usa como plano ubicativo para mostrar una multitud o un paisaje.
- El plano medio: es un plano narrativo y como su nombre lo indica, encuadra la mitad del objeto.
- El primer plano: denominado expresivo, porque en la escala de planos encuadra el rostro humano para denotar su estado de ánimo.

De las tres anteriores categorías de planos, se desglosan otros tipos de planos como el plano entero, americano y el plano detalle.

Con base en el plano se desprenden otras unidades como lo son la escena y la secuencia. La escena es la reunión de varios planos con un mismo patrón de tiempo, espacio y acción, cuando se rompe uno de estos tres patrones, se cambia de escena. Mientras la secuencia es un segmento del contenido audiovisual constituido por la unión de varias secuencias y que tiene un sentido completo.

Junto al plano hay otros elementos que también constituyen lenguaje audiovisual y que son fundamentales para dar significación al relato, como son los **elementos plásticos**. De ahí que Carillo (2012) manifieste que: "la contemplación estética estaría mediatizada por la capacidad emotiva que transmitirían los objetos virtuales a través de los sentidos: visuales, táctiles, auditivos (de carácter musical

u otros sonidos)", o sea que el color, la luz y la composición como elementos plásticos son determinantes en la percepción del sujeto.

Por composición se entiende a la adecuada distribución u ordenamiento de los elementos presentes dentro del encuadre, para que el espectador dirija su mirada a los objetos que mayor significación posean. El principio básico de la composición es el encuadre, que es la selección de una porción de la realidad para ser capturada por el objetivo de la cámara.

La iluminación es otro elemento plástico que tiene un carácter expresivo, porque resalta las formas y por medio de ella se crean atmosferas determinadas. En las producciones audiovisuales existen varias fuentes de luz (Díaz, E., 2005), entre ellas:

- La iluminación principal: de donde sale la mayor parte de la luz que ambienta el espacio escénico.
- Iluminación de relleno: es aquella que permite suavizar las sombras que produce la iluminación principal.
- Iluminación posterior o de separación: es la fuente encargada de separar el objeto del fondo para darle un poco de relieve.
- Iluminación de fondo: es la fuente encargada de iluminar el escenario.

Por otro lado, el color en los dispositivos móviles y en general, en toda plataforma de exhibición audiovisual, está condicionado por el hardware, lo que permite apreciarlo con mayor o menor calidad, en el caso de los dispositivos móviles, depende de la resolución de la pantalla y su número de píxeles por pulgada.

El color es otro de los elementos plásticos expresivos, porque posee una gran carga emocional, debido a que generan diversas sensaciones gracias a propiedades como la tonalidad, que es lo que diferencia un color de otro, dada su posición en el espectro de la rueda cromática. Otra propiedad es la saturación,

que es la intensidad o pureza del color y para finalizar, también está la luminosidad, que es la capacidad del color para reflejar la luz; es decir, entre más claro es un color, mayor es su luminosidad.

En otro orden de cosas, los **sonidos** son imprescindibles en el lenguaje audiovisual, porque estos afectan la carga simbólica del relato. Es por eso que hay que resaltar los dos fenómenos sonoros más conocidos, que según Marcel, M. (2002) son los ruidos y la música:

- Los ruidos se dividen en naturales, que son emitidos por la naturaleza; en ruidos humanos, que son definidos por el timbre y el color específico de la voz humana; en ruidos mecánicos, que son los emitidos por los artefactos construidos por el hombre; y también está la música ruido, que es la particular de las películas musicales.
- La música es aquella composición que acompaña las escenas y secuencias de la película, para aportar un valor emocional o no en la narración, de ahí su función dramática o lírica.

Sin embargo, no hay que excluir los silencios como recursos narrativos sonoros, porque también construyen sensaciones y emociones a partir de pausas, cuya finalidad es la de generar tensión.

En cuanto al **montaje**, que para Jacques, A. (2005): "es el principio que regula la organización de los elementos fílmicos visuales y sonoros, o el conjunto de tales elementos, yuxtaponiéndolos, encadenándolos y/o regulando su duración" (p. 62); en otras palabras, es una técnica en donde se corta y pega material audiovisual para construir una historia en un espacio y tiempo determinado. El montaje posee varios tipos de montaje que son:

- El montaje narrativo: es aquel que muestra los acontecimientos del relato de manera lógica y coherente, por lo general, bajo una estructura con un inicio, desarrollo y final.
- El montaje expresivo: es aquel del cual depende el ritmo de los acontecimientos, porque aporta un concepto más psicológico de los hechos.
- El montaje ideológico: es aquel en el que se manipula las ideas, fundándose en asociaciones de símbolos para buscar sensaciones.
- El montaje no narrativo: es aquel que plantea un encadenamiento de los hechos de forma no narrativa.

IV

METODOLOGÍA

4.1 CARÁCTER DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación cualitativa en las ciencias sociales es una de las tres formas existentes para encontrar las respuestas a los problemas que nos formulamos (cuantitativa, cualitativa y mixta). Es una metodología de investigación, cuya finalidad es determinar y explicar un fenómeno social, en el caso de la presente investigación, es la realización del *Estudio comparativo entre el lenguaje audiovisual de los contenidos de ficción producidos con dispositivos móviles y el lenguaje de los contenidos de ficción diseñados para dispositivos móviles*

Por medio del enfoque cualitativo se busca conocer cómo suceden los fenómenos de manera holística, para obtener datos descriptivos por medio del razonamiento inductivo del investigador, que ayuden a identificar detalladamente todos los elementos que integran el elemento investigado y así obtener una interpretación más profunda sobre el tema de interés. De ahí que Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010) expresen sobre este tipo de investigación, que es:

"un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo visible, lo transforman y lo convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos. Es naturalista (porque estudia a los objetos y seres vivos en su contexto o ambientes naturales) e interpretativo (pues intenta encontrar sentido a los fenómenos en términos de los significados que las personas les otorgan)" (p. 9).

Por consiguiente, es oportuno indicar que el método cualitativo implica el análisis riguroso de datos, para llegar a comprender el tema de interés y el entorno que lo circunscribe, en esta investigación ese contexto está vinculado a la comunicación digital y la comunicación audiovisual, de manera que se puedan identificar los principios de la naturaleza o realidad estudiada.

Por otro lado, esta investigación cualitativa tiene un carácter comparativo, porque pretende contrastar el lenguaje audiovisual de los contenidos de ficción producidos con dispositivos móviles con el lenguaje de los contenidos de ficción diseñados para dispositivos móviles, dado que en conjunto los dos tipos de producción no han podido ser estudiados. De modo que, se pueden conocer elementos nuevos del audiovisual en el entorno móvil, pues el tema a estudiar se halla en una fase temprana del ciclo de desarrollo tanto del campo de investigación como del mismo lenguaje para el medio móvil.

En consecuencia, se desea documentar el tema de interés y contribuir a llenar los vacíos que hay al respecto, para que este producto académico pueda ser un insumo de consulta para posteriores investigaciones en las áreas del conocimiento implicadas.

4.2 MUESTRA

Como la metodología de investigación cualitativa es flexible, la recolección de los datos se fundamenta en conocer el punto de vista de una población, para hacer deducciones sobre la información extraída.

En ese sentido, las muestras empleadas durante el proceso son no probabilísticas (no aleatorias), pues le brinda al investigador la oportunidad de escoger los casos que considera necesarios incluir, con base en una población que tengan la

capacidad de proporcionar abundante información, pues como lo indican Báez, J. & Pérez, T. (2009): "El objeto del método cualitativo es el conocimiento de la realidad. Y lo más habitual es que accedamos a ella a través del discurso, entendiendo por discurso todo texto producido por alguien en una situación de comunicación" (p. 37), que le ofrezcan al investigador suficiente información para cumplir con las metas establecidas en la investigación.

Por lo tanto, el muestreo se hace por conveniencia o accidente, debido a que se emplea una población de acuerdo a la facilidad de contacto; es decir, a la viabilidad en la accesibilidad y la proximidad con el elemento de estudio.

A propósito, se hizo una prueba piloto del grupo focal con tres estudiantes de pregrado y uno de posgrado de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo de la UPB, asegurándose de que tuvieran conocimientos sobre lenguaje audiovisual, con el objetivo de validar y ajustar las preguntas del cuestionario y medir el tiempo que dura la discusión.

Acto seguido, en un primer momento se hace el grupo focal que se compone por una población con características homogéneas; egresados en Comunicación Audiovisual o Comunicación Social, Periodismo y afines, con experiencia en la producción de contenido audiovisual en cualquiera de las tres etapas de producción (preproducción, producción y postproducción). Por lo anterior, se asegura de que la población que proporciona la información tenga los conocimientos sobre lenguaje y narrativa audiovisual necesarios para realizar la discusión.

Tabla 1. Muestra del grupo focal

Participante	Profesión	Área de trabajo	Experiencia en medios audiovisuales
1	Comunicador social	Reportero	Medio de comunicación universitario
2	Comunicador	Locutor / Asistente	Radio / noticiero de

	social- periodista	de producción	televisión
3	Comunicador social- periodista	Fotógrafo	Freelance
4	Comunicador social- periodista	Asistente de Producción	Medio de comunicación universitario
5	Comunicador audiovisual	Asistente de producción /asistente de vestuario	Canal de televisión / productora de cine
6	Comunicador audiovisual	Realizador y director de fotografía	Productora audiovisual
7	Comunicador audiovisual	Editor / script	Canal de televisión y agencia de comunicaciones / largometraje
8	Comunicador audiovisual	Editor	Canal de televisión y freelance
9	Comunicador audiovisual	Fotógrafo / editor	Freelance /Productora audiovisual
10	Comunicador audiovisual	Editor /locutor	Freelance / emisora universitaria

Fuente. Elaboración propia

La información para contactar a la población que integró el grupo focal fue entregada en la Facultad de Comunicación Audiovisual, del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, del mismo modo en la Facultad de Comunicación Social-Periodismo, de la Universidad Pontificia Bolivariana, de modo que se facilitara el encuentro de los 10 participantes que integraron la discusión. Así pues, el grupo focal se desarrolló el 5 de noviembre del 2014, en el aula 106 del bloque 7, de la UPB, de 7 p.m. a 8:45 p.m.

En el grupo focal se utilizó una muestra compuesta por cuatro textos de carácter audiovisual, que en un segundo momento se estudiarán en el análisis de

contenido audiovisual, dos que son producidas con dispositivos móviles y las otras dos, las diseñadas para dispositivos móviles con equipo producción profesional.

Las muestras que corresponden a los contenidos producidos con dispositivos móviles son extraídas del *Phonetastic Sitges Mobile Film Festival* de la ciudad de Barcelona, España y del *Iphone Film Festival* realizado en los Estados Unidos de América. Los anteriores festivales gozan de trayectoria en el circuito audiovisual para dispositivos móviles y se ha seleccionado un cortometraje por cada uno de ellos, que han sido: *La boca del león*, ganador de la Mención Honorífica del Jurado en el *Phonetastic Sitges Mobile Film Festival 2013* y *The other side*, ganador del Grand Prize Winner del *Iphone Film Festival 2013*.

Reseña de las muestras:

1. *La boca del león*: en el transcurso del primer acto aparecen los cuatro personajes que intervienen durante la historia (el señor Montalvo, su hija Vicky, el sacerdote y una fuerza sobrenatural), en esta parte el detonante se produce cuando el señor Montalvo por medio de una videollamada, que hace desde su teléfono móvil, contacta a un sacerdote para mostrarle las heridas que tiene en el brazo izquierdo, que fueron producidas por un ritual de magia negra que está agravando su salud. A continuación, el punto de giro se produce cuando interviene Vicky, para ayudar a su padre mediante las indicaciones que le da el sacerdote vía telefónica.

En el segundo acto la salud del señor Montalvo declina en la medida que pasa el tiempo, de modo que su hija por recomendación del sacerdote busca una toalla y la humedece con alcohol para colocarla en la frente de su papá, como primer paso para que el cura pueda empezar un exorcismo, por lo tanto se produce el segundo punto de giro, que se desencadena cuando el espíritu que está en el cuerpo del señor Montalvo lo transforma en un ser agresivo.

En el tercer acto el conflicto no se resuelve a favor de ninguno de los personajes protagónicos, porque el espíritu maligno pasa del señor Montalvo a su hija, por eso la historia queda con el final abierto considerando que en el clímax quien gana es la fuerza sobrenatural (antagónica).

2. *The other side*: en el primer acto se presentan los personajes principales: las hermanas, Lisbeth y Suri; su madre, Candise Morton; y el padre de la familia. El detonante del acto aparece cuando el padre llega a la casa y su esposa lo aborda de tal manera que absorbe su sangre y lo mata, después se produce el punto de giro; que llega cuando la madre intenta ingresar a la habitación de sus hijas y no puede porque hay algo que bloquea la puerta, lo que permite que las dos hermanas sigan a salvo y genere que Candise Morton se dirija fuera de su casa.

En el segundo acto la madre se da cuenta que hay un lobo en el bosque y lo persigue para matarlo, beber su sangre y saciar su sed, aunque en ese mismo instante ella sale del trance en el que se encuentra y adquiere un estado de sensatez sobre los actos realizados (conflicto interno del personaje). Después, sigue su marcha por el bosque hasta llegar al cementerio en donde hace un hallazgo que cambia el rumbo de la historia (punto de giro), encuentra una tumba abierta con su nombre inscrito en la lápida.

En el tercer acto, Candise Morton se dirige a la casa para buscar a sus hijas pero la puerta de la habitación sigue bloqueada, por lo tanto le confiesa a sus hijas que desde que la mordió cierto ser no volvió a ser la misma, como resultado las hermanas abren la puerta para dar inicio a la solución del conflicto, en donde Lisbeth le clava a su mamá una estaca en la espalda a la altura del corazón.

Tabla 2. Muestra de contenidos audiovisuales de ficción producidos con dispositivos móviles.

N.º	Festival	Dirección Web	Nombre	Director	Duración	Dirección YouTube
1	<i>Phonetastic Sitges Mobile Film</i>	http://www.phonetasticfestival.com/home.php	<i>La boca del león</i>	Alfonso García López	4:49 min	https://www.youtube.com/watch?v=acAQi5Wzpsw
2	<i>Iphone Film Festival</i>	http://www.iphoneff.com/	<i>The other side</i>	Conrad Mess	17:19 min	http://www.youtube.com/watch?v=t55WL56IKP4

Fuente. Elaboración propia

Así pues, las otras dos muestras seleccionadas son el primer capítulo de *Talión* (2013), primera serie colombiana y latinoamericana distribuida para dispositivos móviles, por la empresa Claro. También se escogió *El gran día de los feos* (2013), primera serie española ideada para la plataforma móvil y producida por Tiempo de Rodar con la colaboración del Ministerio de Cultura de España. Se seleccionaron estas dos muestras, porque son audiovisuales de ficción que se diseñaron para dispositivos móviles con equipos profesionales y son las primeras en su género en los países que se distribuyeron y exhibieron.

Reseña de las muestras:

3. *Talión*: el primer acto pasa de manera rápida y el detonante se puede ubicar al inicio mismo de la serie, cuando Andrés se vuela de una clínica de rehabilitación, en este punto la historia carece de un punto de giro.

En el segundo acto Andrés ingresa a una casa a escondidas hasta encontrar un revólver, de pronto alguien se acerca al sitio donde él se encuentra y del susto le dispara sin acertar en el blanco, lo que resulta ser el detonante de una acalorada

discusión debido a que la persona que casi hiere es su padre. En definitiva, la situación se soluciona cuando Andrés de forma voluntaria decide salir de la casa, sin mayores contratiempos.

En el tercer acto, Andrés corre por la calle y la historia simplemente termina allí, dejando dudas en el espectador porque no se logran conocer cuáles son las motivaciones y los objetivos que mueven al personaje.

4. *El gran día de los feos*: el primer acto cumple la labor de contextualizar la historia en el marco de un futuro remoto, donde Macu le da la noticia a Sheila y Vicky de que podrán conocer en vivo a su ídolo Belinda Ross (detonante), por lo que las tres deciden irse de fiesta; es decir, es un momento transitorio para pasar de un situación pasiva a una activa.

El segundo acto transcurre en una discoteca donde Sheila coquetea con un chico, pero los dos son interrumpidos cuando llega la Unidad de Captura de los Feos (UCF) para una inspección de seguridad, de forma que logran descubrir que el tipo con el que Sheila compartía presenta un problema de estrabismo (detonante), motivo por el que es capturado. Así pues, Sheila queda anonada por haber establecido contacto con un feo y se confronta con Macu por haberle indicado de la presencia del joven y motivarla a hablarle.

Por último, el tercer acto transcurre en el cuartel de la Unidad de Captura de los Feos (UCF), donde llevan al tipo con estrabismo y le toca presenciar la muerte de otro feo, de modo que en el instante que le toca ser ejecutado un oficial del escuadrón de la UFC logra salvarlo, siendo el clímax de la historia.

Tabla 3. Muestra de contenidos audiovisuales de ficción realizados con equipos profesionales de producción para dispositivos móviles.

N.º	Fuente	Dirección Web	Nombre	Director	Duración	Dirección YouTube
3	<i>Talión</i>	http://www.talion.co.m.co/talio n/smartphone/home/	Capítulo 1	Felipe Martínez	3:17 min	http://www.talion.com.co/talion/smartphone/login/colombia/
4	<i>El gran día de los feos</i>	http://elgrandiadelosfeos.com/	Capítulo 1 - La buena genética	David Tesouro y Nabil Chabaan	12:08 min	http://www.youtube.com/watch?v=OpFx3j6sGQQ

Fuente. Elaboración propia

Para el análisis de los cuatros contenidos audiovisuales en el grupo focal, se decidió estudiar solo los primeros 2:30 minutos de cada contenido, para unificar la unidad de tiempo, porque todos estos audiovisuales presentan duraciones distintas y así se haría un análisis en igualdad de condiciones. Asimismo, para efectuar el *focus group*, las muestras tendrán que ser vistas tanto en una *tablet* cómo en un *smartphone*, lo que duplica el tiempo de observación de los contenidos. De manera que, al establecer un estándar de tiempo para todos los contenidos audiovisuales que se van a observar, permitiría que la sesión del grupo dure alrededor de los 90 minutos, que es el tiempo estimado para este tipo de instrumento.

En un tercer momento, se recurre a entrevistar al director del cortometraje *The other side* y a al codirector de la serie de *El gran día de los feos*, para recolectar información desde un punto de vista diferente al de los académicos, sobre el lenguaje audiovisual de los contenidos de ficción producidos con dispositivos móviles y de los contenidos de ficción diseñados para dispositivos móviles.

4.3 INSTRUMENTOS

Con la intención de cumplir con el objetivo general y los objetivos específicos de la investigación, se optó por utilizar tres herramientas: un grupo focal, un análisis de contenido audiovisual y entrevista, para buscar respuestas a las preguntas planteadas en este estudio.

A propósito, el grupo focal permite formular deducciones para avanzar en el tema de estudio y para incluir datos nuevos que generen resultados confiables y de validez. Por eso, Malhotra, K. (2004) manifiesta sobre esta herramienta que:

“El principal propósito de las sesiones de grupo consiste en obtener información al escuchar a un grupo de personas del mercado meta apropiada hablar sobre el tema de interés para el investigador. El valor de la técnica reside en los hallazgos inesperados que a menudo se obtienen de una discusión grupal que fluye libremente“ (p. 139).

Por medio de la interacción con la población del *focus group*, se construye una percepción más precisa del asunto de estudio con base en la diversidad de puntos de vista, que enriquecen el proceso de aprendizaje.

Pues bien, la recolección de datos por medio de esta técnica, es indispensable para la obtención de información en el área de interés, pues es: “un modo de oír a la gente y aprender de ella” (Morgan, D., 1998, p. 9), desde la experiencia personal de los individuos involucrados.

Al respecto del análisis de contenido audiovisual, es una herramienta que permite analizar productos mediáticos, como lo son los cortometrajes y las producciones audiovisuales para dispositivos móviles, entre otros.

Este tipo de análisis se enfoca en el estudio de las características del contenido (se usa para descubrir tendencias, comparar medios o niveles de comunicación y para mejorar métodos de investigación técnica), también se enfoca en su naturaleza (para detectar técnicas de propaganda, medir la legibilidad y descubrir aspectos estilísticos), de igual forma, se basa en la interpretación del mismo (para identificar las intenciones, determinar el estado psicológico y obtener información estratégica). (Martín, R., 2006)

El análisis de contenido permite la transformación de un texto audiovisual en datos científicos, para interpretar de forma objetiva los rasgos específicos que se hallan dentro del texto estudiado.

Así pues, sobre este tipo de análisis, Piñuel, J. (2002) expresa que el análisis de contenido admite que el contenido esté encerrado y que hay que revelar tanto su significado como su sentido, por medio de una interpretación que genere nuevo conocimiento a través de una muestra representativa, que puede ser susceptible de verificación por otros investigadores.

Por otro lado, la entrevista es un instrumento de recolección de información con la que se reúnen datos a partir del encuentro con un sujeto portador de conocimiento, que se basa de su experiencia personal o profesional para suministrar noticias y novedades. En nuestro caso los entrevistados son: Conrad Mess, director del cortometraje *The other side* y Nabil Chabaan Antón, codirector de *El gran día de los feos*.

Para Alonso, L. (2007) la entrevista tiene el "propósito de favorecer la producción de un discurso conversacional, continuo y con una cierta línea argumental, no fragmentada, segmentada, precodificada y cerrada, por un cuestionario previo del entrevistado sobre un tema definido en el marco de la investigación" (p. 228), de manera que se origine un intercambio de información, que conduzca a que las preguntas abarquen satisfactoriamente el tema a tratar.

Por esta razón, el tipo de entrevistas realizadas para esta investigación cualitativa es la enfocada, pues como lo indica Galindo, L. (1998) en este tipo de entrevista "existe predeterminado de antemano un tema o foco de interés, hacia el que se orienta la conversación y mediante el cual hemos seleccionado a la persona objeto de la entrevista" (p. 299), de tal modo, que se puedan conocer las opiniones del individuo frente a un tema que se desconoce y se puedan sacar nuevos elementos en pro de la investigación.

Para finalizar, es fundamental para el grupo focal como para el análisis de contenido, definir las unidades de análisis, pues son las piezas que permiten al investigador extraer información valiosa para la descripción, de modo que, luego pase a las tareas de interpretación y contraste de información, por medio de una triangulación de datos.

4.4 CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

Las categorías de análisis son cuatro y se establecieron en afinidad con los objetivos y las preguntas de investigación, con la finalidad de realizar el *Estudio comparativo entre el lenguaje audiovisual de los contenidos de ficción producidos con dispositivos móviles y el lenguaje de los contenidos de ficción diseñados para dispositivos móviles.*

Categoría 1: Aspectos morfológicos y expresivos

(Instrumento: análisis de contenido, entrevistas y grupo focal)

1.1 Recursos visuales

(Instrumento: análisis de contenido, entrevistas y grupo focal)

En esta subcategoría se pretende estudiar la duración, los ángulos de las tomas, el uso de las escalas de planos y elementos plásticos (color, iluminación y composición), en los contenidos de ficción producidos con dispositivos móviles y los diseñados para la cuarta pantalla, para obtener cuáles son las diferencias más significativas por cada tipo de producción y saber cuáles prácticas están encaminadas al consumo específico para la cuarta pantalla.

1.2 Recursos sonoros

(Instrumento: análisis de contenido, entrevistas y grupo focal)

Aquí se busca recolectar información sobre la manera cómo se emplea la música, los efectos y el silencio entre los dos tipos de producción audiovisual que se van analizar y así adquirir los elementos necesarios para establecer en qué se diferencian o en qué se parecen estas producciones de ficción audiovisual, para poder identificar buenas o malas prácticas en el empleo de los recursos sonoros, para el consumo en la plataforma móvil.

Categoría 2: Postproducción

(Instrumento: Análisis de contenido, entrevistas y grupo focal)

Aquí se estudiará cuáles son los recursos estilísticos de la edición (ritmo, cortes, tipo de transiciones y efectos usados), en los contenidos de ficción producidos con dispositivos móviles y en los diseñados para la cuarta pantalla, de manera que se puedan hallar cualidades del montaje, que estén pensadas en el consumo para dispositivos móviles.

Categoría 3: Puesta en escena y recursos narrativos

(Instrumento: Análisis de contenido)

3.1 Recursos narrativos

(Instrumento: Análisis de contenido)

En este ítem se estudiará el recurso narrativo de los personajes desde su papel como personajes actuantes y en función del rol que desempeñan con la finalidad de hallar diferencias entre los dos tipos de muestras y también poder encontrar algún rasgo distintivo, que se encuentre en función del diseño de contenidos para dispositivos móviles.

3.2 Puesta en escena

(Instrumento: Análisis de contenido)

Aquí se analizarán los espacios y los entornos usados en los audiovisuales para la cuarta pantalla, para detectar diferencias entre los dos diversos tipos de muestras que se analizaron (número de escenas, escenas en interiores, en exteriores, número de locaciones, tipo de locaciones).

Categoría 4. Idoneidad del lenguaje audiovisual de los contenidos de ficción para el consumo entre *smartphones* y *tablets*

(Instrumento: Grupo de discusión y entrevistas)

Aquí se busca establecer cuál de los dos tipos de producción; con dispositivos móviles o la diseñada para la cuarta pantalla, es la más pertinente en el empleo del lenguaje y la narrativa audiovisual, para su consumo en *smartphones* y en *tablets*. Además, se pretende encontrar si se debe usar un lenguaje audiovisual específico, para adaptar la experiencia del usuario, por un lado, en *smartphones* y por otro, en *tablets*, cuando un contenido audiovisual está diseñado para el consumo en la cuarta pantalla.

4.5 DISEÑO METODOLÓGICO

4.5.1 Cuestionario

El siguiente cuestionario está conformado por 14 preguntas semiestructuradas, que han sido empleadas en el grupo focal, con la finalidad recolectar información, que ayude a responder las preguntas de investigación planteadas en la página 7:

1. ¿Considera que el *smartphone* y la *tablet* son dispositivos aptos para ver contenidos de ficción audiovisual? ¿Por qué?
2. ¿Qué diferencias encontró al observar los cortometrajes de ficción entre una *tablet* y en un *smartphone*?
3. ¿Las tipologías de planos empleados en los contenidos de ficción y su respectiva duración permitieron apreciar toda la información contenida en la *tablet* y en el *smartphone*?
4. ¿Los tipos de movimientos de cámara empleados en los contenidos de ficción y sus respectivos ángulos son los adecuados para captar toda la información que se suministran en los planos?
5. ¿En sus propias palabras cómo describen la manera cómo están editados los contenidos de ficción que vieron tanto en el *smartphone* como en la *tablet*?
6. ¿Pudieron observar satisfactoriamente todos los elementos y detalles que componen la imagen de los contenidos de ficción en los dos dispositivos? ¿Por qué?

7. ¿Tuvieron una óptima percepción sonora y musical de los contenidos de ficción cuando los observaron tanto en la *tablet* como en el *smartphone*?
8. ¿En general, cuál de las dos plataformas creen que fue la más cómoda para observar los contenidos de ficción? ¿Por qué?
9. ¿Se debería usar un lenguaje audiovisual específico en la producción de contenidos audiovisuales para *tablets* y otro para *smartphones* para hacerlo más óptimo por dispositivo?
10. ¿Alcanzaron a diferenciar cuáles eran los contenidos de ficción que fueron producidos con dispositivos móviles y los diseñados para la cuarta pantalla con equipos profesionales?
11. ¿Cuáles son las características del lenguaje audiovisual empleado tanto en los contenidos realizados con dispositivos móviles como los realizados con equipos profesionales?
12. ¿Cuál de los dos tipos de producción audiovisual (la realizada con dispositivos móviles o con equipo de producción profesional) creería que se vería mejor en una *tablet* y cuál en el *smartphone*?
13. ¿Se debería adaptar el lenguaje audiovisual desde la postproducción para *tablets* y *smartphones* como se hace en las aplicaciones móviles como Facebook?
14. ¿Qué recomendarían a los productores y realizadores de contenidos audiovisuales a la hora de emplear el lenguaje audiovisual en contenidos de ficción para la cuarta pantalla?

4.5.2. Planilla de análisis de contenido audiovisual

Para abordar el análisis de contenido audiovisual de las cuatro muestras seleccionadas se hizo una planilla de análisis de contenido audiovisual de elaboración propia, basada en la propuesta metodológica de análisis de textos audiovisuales de Gómez, F. (2010) y del texto *Lenguaje audiovisual* de Araya, C. (2004). La planilla está conformada por dos partes; la primera contiene el análisis de los aspectos sintácticos, visuales y estilísticos de cada texto audiovisual; la segunda parte contiene el análisis de los aspectos morfológicos de las muestras para lo cual se han seleccionado los primeros 15 planos de cada contenido, al considerarse que con esta cantidad hay suficiente material para efectuar el estudio, pues con una cantidad superior se corre el riesgo de recolectar datos saturados, donde no haya nuevos puntos de vista.

Tabla 4. Planilla de análisis de contenido audiovisual – parte 1 (Categoría 1)

4.5.2.1. Plantilla de análisis de los contenidos audiovisuales						
Nº	Categoría	Ítem	Muestras A		Muestras B	Observaciones
1	Categoría 1: Aspectos morfológicos y expresivos	Contenido	A1. <i>La boca del león</i>	A2. <i>The Other Side</i>	B1. <i>Talión</i>	
		Duración plano				
		Angulo de la toma				
		Fijo o móvil / plano secuencia				
		Escala				
		Profundidad de campo				
		Definición de la imagen				
		Movimientos físicos de cámara				
		Movimientos ópticos				
		Iluminación				
		Propiedad de los colores				
		Tonalidad de los colores				
		Materiales de la expresión sonora				
		Sonido				
		Relación entre sonido e imagen				
		Registro de sonido				
		Tipo de música				
		Efectos				

Fuente. Elaboración propia

Tabla 5. Planilla de análisis de contenido audiovisual – parte 2 (Categorías 2 y 3)

4.5.2.2 Plantilla de análisis de los contenidos audiovisuales								
Categoría	Ítem	Muestras A		Muestras B		Observaciones		
		A1. <i>La boca del león</i>	A2. <i>The Other Side</i>	B1. Talión	B2. <i>El gran día de los feos</i>			
Aspectos generales	Contenidos							
	Formato							
	Calidad disponible en Youtube							
	Duración							
	Peso							
	tipo de producción							
	Género							
	Diseño narrativo							
	Orden temporal							
	Tiempo externo o histórico							
	Tiempo interno							
	Atmósfera							
	Categoría 3: Puesta en escena y recursos narrativos	3.1 Puesta en escena	Nº escenas					
			Escenas de día					
Escenas de noche								
Escenas en exteriores								
Escenas en interiores								
promedio duración escenas								
Encadenamiento de las escenas								
Tipo de locaciones								
3.2 Categoría Recu		Nº de personajes						
		Tipo de personajes						
Maquillaje caracterización								
Papel del pp como personaje								
Papel del pp como actante								
Papel del pp en función del rol								

Fuente. Elaboración propia

Las dos anteriores planillas de análisis de contenido audiovisual, están disponibles en el anexo 1 y 2.

4.5.3 Entrevistas

En Internet se hallaron los datos de contacto de los cuatro directores de las muestras seleccionadas, razón por la cual se decidió establecer comunicación con cada uno de los realizadores, con el fin de lograr una entrevista para la presente investigación. Sin embargo, solo se pudo establecer nexos con el director de *The other side*, Conrad Mess, y con el codirector de *El gran día de los feos*, Nabil Chabaan, mientras con los otros dos directores no fue posible realizar el proceso porque es probable que la información obtenida sobre ellos no estuviera actualizada en la Red. De ahí que, en el caso del realizador de *Talión*, Felipe Martínez, el correo electrónico que se le envió rebotara, mientras por el lado de

Alfonso García López, director de *La boca del león*, no se obtuvo ningún tipo de respuesta al email enviado a la productora donde trabaja.

Para realizar la entrevista al director de *The other side*, Conrad Mess, y al codirector de *El gran día de los feos*, Nabil Chaaban, se realizaron dos cuestionarios semiestructurados con preguntas muy similares entre sí, que están basados en el cuestionario del grupo focal. De manera que, a medida que la conversación avanzaba con los directores de las muestras, se añadían preguntas referentes a la disertación de un tópico de interés para la investigación, o por el contrario se suprimían preguntas, dado que en una respuesta contestaban varios interrogantes. En total, a Conrad Mess se le hicieron 18 preguntas, el 28 de octubre del 2014, mientras a Nabil Chaaban se le realizaron 13, el 13 de noviembre del 2014 vía Skype.

Los cuestionarios están disponibles en el anexo 3 y 5, mientras las entrevistas en el anexo 4 y 6.

V

Resultados

En esta sección están comprendidos los resultados del análisis de contenido realizado a las cuatro muestras audiovisuales, que se clasifican en dos grupos: las producidas con *smartphone* y los diseñados para la cuarta pantalla, que presentan elementos que las diferencian entre sí y también nos revelan algunos pocos puntos en común. De manera que, se produce una variedad de hallazgos interesantes, para hacer una comparación del lenguaje de los contenidos de ficción en el entorno móvil, originados por la heterogeneidad de los contenidos analizados.

5.1 Categoría 1: Aspectos morfológicos y expresivos

5.1.1 Recursos visuales

En las muestras audiovisuales producidas con dispositivos móviles, se encontró que los contenidos desde su morfología presentan rasgos diferentes, pues el lenguaje audiovisual les brinda a los realizadores múltiples elementos expresivos para narrar una historia, indiferente de la plataforma o los medios de producción.

En primer lugar, *La boca del león* se caracteriza por ser un contenido audiovisual que trata de simular una historia en plano secuencia, aunque en realidad está compuesto por diversos planos con poca profundidad de campo, siendo el primero de ellos, el único que se puede considerar un plano secuencia como tal (1:15 min), los demás oscilan entre los 2 y los 34 segundos de duración.

En esta muestra priman los movimientos físicos de cámara bruscos y poco fluidos, donde se evidencia que no se usó ni trípode, *travelling* o *dolly* y que no permiten hacer una lectura cómoda de la información contenida dentro del plano. Estos movimientos de cámara y las vibraciones producidas en la imagen, están en función del género falso documental³ del cortometraje y por lo tanto, están justificados narrativamente, estos movimientos generan en algunas ocasiones lo que los *Iphone Filmmakers*⁴ denominan el *efecto gelatina* o *rolling shutter*, que provoca una distorsión de la imagen por el movimiento constante de los personajes o del Iphone 4s, con el que fue grabado el contenido, debido a que el pequeño sensor de imagen que posee el dispositivo (1/3.2 pulgadas), no puede procesar tanta información cuando hay movimiento continuamente.

Figura 3. Fotograma extraído del cortometraje *La boca del león*



Fuente. *La boca del león* (2013)

En *La boca del león* se encuentran de manera habitual tres ángulos en las tomas (horizontal, picado y contrapicado), pues la cámara está en constante movimiento, provocando de forma repetida reencuadres a escalas de planos variados, lo que ocasiona que se generen algunos desenfocos durante el cortometraje.

³ Género de cine y televisión, que presenta una obra de ficción como su fuera verdadera.

⁴ Es una corriente de realizadores que producen contenidos audiovisuales con dispositivos móviles Apple, especialmente Iphone.

La boca del león posee un poco de grano en la imagen y se debe a la carencia de iluminación. Esta proviene de una fuente natural en el sentido de que le proporciona un elemento que hay dentro de la escena, como un conjunto de velas, aunque también hay una fuente artificial como el flash del *smartphone*, así pues, el dispositivo móvil es un elemento que está integrado dentro de la narración y que juega rol fundamental dentro de la historia. En consecuencia, se halló que hay predominio de las tonalidades de colores fríos, con bajo contraste y saturación.

En segundo lugar, *The other side* posee unas características distintos a *La boca del león*, porque de entrada, la definición de la imagen es totalmente superior y es producida en blanco y negro. Otra característica esencial de la muestra, es que es quizás el primer cortometraje en el mundo grabado con Iphone 5 con la técnica de *chroma key*, pues todos sus escenarios fueron creados en postproducción. El valor de la producción costó alrededor de 20.000 euros.

Figura 4. Fotograma extraído del cortometraje *The other side*



Fuente. *The other side* (2013)

La mayoría de los planos que componen el cortometraje *The other side* duran un aproximado de 2 segundos, por tal motivo hay abundancia de los mismos en todo el cortometraje y se halló el uso frecuente de la escala de planos medios. También

hay movimientos físicos de la cámara, todos fluidos y controlados, porque para esta producción se usaron *gadgets*⁵ complementarios al Iphone 5, como:

- *Filmic Pro app*: es una aplicación móvil disponible en la Apple Store, que permite tener control manual del foco y la exposición en el Iphone, dado que los parámetros de fábrica del dispositivo móvil son todos automáticos.
- *Phocus*: es una carcasa que permite conectarle al Iphone micrófonos y lentes, lo que transforma el dispositivo en una cámara profesional.
- *Mobislyder*: es un *slider* para dispositivos móviles, que permite hacer movimientos de *travelling* con el Iphone.

En *The other side* hay tendencia al uso de ángulos de cámara horizontales y no hay movimientos ópticos. Todos los planos del cortometraje están enfocados y en gran medida, se debe a la buena iluminación que se identifica por ser un poco dura, lo que produce contrastes entre los colores negros y los blancos.

Con respecto al español Luis Mieses, conocido *Iphone Filmmaker* bajo el nombre artístico de Conrad Mess, quien es el director de *The other side* y de otros reconocidos y premiados contenidos audiovisuales producidos con *smartphone* como: *The fixer* (2011), *The russian roulette* (2012), *The asking room* (2013) y *Vengeance* (2013), manifestó por medio de una entrevista vía Skype, que generar contenidos con un *smartphone* tiene sus particularidades, aunque no hay mucha diferencia al compararlo con la forma de producir contenidos para cine, dado que lo único que cambia es que se graba con un *smartphone*. Este director no cuenta con estudios previos en comunicación audiovisual, ni tiene experiencia en la producción de material para televisión o cine, no obstante, manifestó su preferencia desde siempre por ver películas.

Conrad Mess, expresó que al rodar con un Iphone, se puede usar cualquier tipología de plano y que eso es independiente del instrumento con que se grabe;

⁵ Son artículos o dispositivos electrónicos prácticos y novedosos, que cumplen una función determinada.

por ejemplo, una de las limitantes del Iphone para grabar un primer plano o mejor dicho, planos cerrados, consiste en que se debe acercar el dispositivo hasta el personaje con todo el equipo de producción (cámara, trípode y luces), porque este carece de objetivos para hacer zoom, aunque el *smartphone* posee uno digital, es muy deficiente, debido a que granula la imagen. De ahí, parte la necesidad de complementar el dispositivo móvil con la carcasa *Phocus*, para poder incrustarle objetivos, gran angular o macro, aunque estos tampoco poseen zoom. También existen adaptadores para grabar con lentes fotográficos de Canon y Nikon en un Iphone y así jugar con la profundidad de campo; sin embargo, degradan un poco la calidad del video, por lo tanto, no son recomendados en la producción con dispositivos móviles.

El director de *The other side* también fue enfático al mencionar que con un *smartphone*, se pueden hacer los movimientos físicos de cámara que sean necesarios, aunque hay que tener presente hacerlos de manera controlada y suave, para que no se produzca el *efecto gelatina*, por ello controlar la velocidad con que se mueve la cámara es fundamental. Por el lado de la iluminación, Conrad Mess indicó que es un ítem importantísimo en este tipo de producción, aunque se ilumina de la misma manera que lo hace una cámara profesional; con la luz ambiente del día, no hay tanto problema, pero en escenarios carentes de luz, debe iluminarse de manera adecuada, para que no aparezca ruido en la imagen. Es un factor del que depende mucho la calidad de la imagen.

Un factor constante en *The other side* es la duración corta de los planos y según su director, se debe a que a él no le gusta grabar planos de más de tres segundos, su causa se produce al usar la aplicación *Filmic Pro*, donde se puede registrar video a 50 Mbp⁶ en comparación con los 12 Mbp que tiene el Iphone 5 de serie, lo que repercute en el mejoramiento de la calidad del video al incorporar mayor información, donde se puede alcanzar alrededor de cuatro veces de aumento en la calidad de la imagen. En consecuencia, el dispositivo móvil al grabar planos de

⁶ Megabit por segundo

larga duración se salta *frames* o los repite, porque la búfer⁷ del celular no llega a almacenar toda la información contenida en el plano, es por eso que para evitar ese impase, se opte por grabar planos entre 2 y 3 segundos de duración con la aplicación *Filmic Pro*.

Además, hay que tener presente que los dispositivos móviles como lo indica Antolín (2012), tienen unas limitantes que condicionan la experiencia de consumo, como la duración de la batería y la capacidad de almacenamiento de la información..., que al mismo tiempo restringen el proceso de producción audiovisual, porque se necesita de más baterías o en el caso de grabar con un Iphone, se debe contar con una conexión de corriente eléctrica cercana, para conectar el dispositivo y mantenerlo encendido o tener una fuente de energía portátil, debido a que a este teléfono no se le pueden intercambiar baterías, porque es un móvil compacto y hermético. También se necesita transferir la información que se graba a un PC, en el caso de contar con un Iphone de baja capacidad de memoria, porque estos no tienen ranuras para insertar memorias micro SD, como en la mayoría de los teléfonos con sistema operativo Android.

Como se puede observar las muestras *La boca del león* y *The other side* son contenidos producidos con *smartphone* y además, una demostración de que la plataforma móvil es un instrumento que permite el impulso para que los usuarios generadores de contenidos, se apropien de una tecnología que sirve como elemento técnico para crear y esparcir por la Red contenido, como lo indica Castellet (2012).

Las muestras analizadas de los contenidos de ficción producidos con dispositivos móviles, cuentan con la peculiaridad de ser muy distintas. *La boca del león* está en función de los dos géneros en los que se enmarca la historia (falso documental y terror), aunque considero al falso documental, en ese caso, como un formato del

⁷ Memoria donde se almacenan datos para que los recursos que los requieran los usen para su transferencia.

que parte la manera en que se emplea el lenguaje audiovisual de forma vertiginosa, donde predomina la cámara inestable para brindarle toques de realismo al contenido de ficción, en la cual el dispositivo móvil toma gran importancia y puede ser catalogado como un personaje más dentro de la historia. Del género de terror *La boca del león* toma elementos plásticos como la carencia de iluminación y el uso de los colores fríos para transmitir sensaciones, aunque no es determinante en la forma de usar los planos ni en su duración.

En cambio en *The other side*, se puede observar que su género no incide tanto en el empleo del lenguaje audiovisual, por el contrario, lo que repercute en su uso son factores de orden técnico relacionados con el uso de la aplicación *Filmic Pro*, cuyo uso se enfoca para darle más calidad a la imagen, de ahí que los tiempos de duración del plano se deban mantener en una constante de 2 segundos, para que no se repitan *frames* ni se recaliente el Iphone, lo que genera retrasos de rodaje. Por consiguiente, en este tipo de producción, se deben grabar más planos que en la producción con cámara profesional, lo que indica que en el rodaje y en general en el diseño de producción, se debe consentir que al usar la aplicación *Filmic Pro* se necesite más tiempo para grabar.

Pues bien, las dos muestras de los contenidos de ficción producidos con dispositivos móviles por las características de los planos (duración, ángulos y movimientos), además de factores como la iluminación, la composición y la propiedad de los colores..., dejan claro hasta esta instancia, que los elementos analizados no presentan un impulso de nuevos estilos narrativos o visuales, enfocados hacia la narración de contenidos diseñados para dispositivos móviles, por lo que están dirigidas al consumo de Internet, pues se encuentran alojados de forma libre en YouTube, debido a la convergencia digital y de redes (Salaverría, & García, 2008) para el consumo multiplataforma, entre ellas la cuarta pantalla, para la que no está adaptado, pues los contenidos de ficción producidos con dispositivos móviles tienen una leve influencia en los géneros cinematográficos.

Por el lado de *Talión* y *El gran día de los feos*, que son series diseñadas para la cuarta pantalla, se halló que son contenidos que presentan diferencias entre sí, por la manera como usan el lenguaje audiovisual y también presentan divergencias con respecto a los contenidos de ficción producidos con dispositivos móviles, pues tienen elementos que se acercan más al lenguaje televisivo que al cinematográfico.

En primer lugar, *Talión* se identifica por ser un contenido que le permite al usuario hacer una lectura pertinente de la información contenida dentro del plano, pues su duración está comprendida entre los 4 y 5 segundos de duración. En *Talión*, también es constante que en el ángulo de las tomas predomine el horizontal.

También es característico la combinación de movimientos físicos de cámara apoyados en un *travelling*, lo que causa que los movimientos sean controlados y fluidos, además hay tendencia al uso de planos medios. Se usa la profundidad de campo en escenas nocturnas, aunque con muy poco contraste y se debe porque el contenido se reproduce a muy baja resolución, lo que genera que se pierda la calidad en el color y la iluminación, lo que provoca en el espectador incomodidad visual al no poder observar rápido los elementos que componen el plano. Los colores que prevalecen durante el capítulo son las gamas frías.

Cuando se trata de contenidos diseñados para dispositivos móviles, se pensaría que estos por lo menos tendrían una aplicación móvil para facilitar su observación, de manera que el usuario puede seleccionar la calidad en que se reproduce el video, pero en *Talión* esta situación no ocurre. De hecho la serie se puede observar desde cualquier explorador Web tanto para *PC* como para dispositivos móviles y otras plataformas, siempre y cuando, se tenga el código de acceso que proporciona la empresa Claro Comunicaciones S.A., Colombia a sus usuarios vía SMS. La serie posee una página Web con un dominio propio, donde están alojados los contenidos.

Figura 5. Fotograma extraído de la serie *Talión*



Fuente. *Talión* (2013)

Al buscar en YouTube el máster *making Talión*, se encontró un extracto de la muestra y se observa en una mejor calidad que la disponible en la página Web oficial, en donde se puede observar una mejor situación de la escena, los colores y la iluminación; no obstante, se debe aclarar que este máster no tiene el mismo tratamiento visual generado en postproducción, que el producto final de *Talión*.

Figura 6. Fotograma extraído del máster *making Talión*



Fuente. *Talión* (2013)

Los contenidos diseñados para dispositivos móviles son producciones comerciales, en el sentido que son patrocinadas o financiadas con fines de ánimo de lucro, en *Talión* como se indicó, su fuente de financiación es Claro Comunicaciones S.A. Las muestras producidas con dispositivos móviles se diferencian en parte de los contenidos diseñados para dispositivos móviles, porque son producciones independientes, que están en la dinámica de circular por Internet y en participar en festivales de cortometrajes. En *Talión* todos los capítulos de la serie se pueden ver de manera gratuita, aunque, el final ofrece tres opciones y para observarlos, se debe pagar por cada capítulo un valor de 4.640 \$ IVA Incluido.

En segundo lugar, *El gran día de los feos* es una serie para dispositivos móviles, que cuenta con su propia aplicación, disponible para dispositivos IOS o Android, pero está adaptada solo para *smartphones*, donde los dos primeros capítulos son gratuitos y los otros 10 son de pago.

En esta serie para dispositivos móviles se usan diferentes tipologías de planos, combinando un plano abierto y uno cerrado, para permitir mayor tiempo de lectura de la información, con una duración aproximada entre planos de 2 a 3 segundos, lo anterior es una práctica que no se había visto en las demás muestras analizadas. En *El gran día de los feos*, los colores son muy vivos, creando mucho contraste entre los elementos que constituyen el plano, incluso, en las tomas donde hay profundidad de campo, para identificar los elementos disponibles del encuadre, por la saturación presente entre los colores y por los pocos elementos que se distribuyen en la composición.

En *El gran día de los feos* y también en *The other side* por las características del diseño fotográfico, los elementos plásticos son un medio para dar forma y moldear los objetos en el encuadre, como lo manifiesta Carrillo (2007), debido al alto contraste obtenido entre los distintos objetos que componen los planos. Por el lado, de *Talión* y en menor medida *La boca de león* no se plantea un modelo

plástico apto para la narración en dispositivos móviles, como lo indica Morales (2011), pues no se manejen colores intensos y sombras contrastadas.

En *El gran día de los feos* también se encontró que hay planos a mano alzada con una mínima vibración y que poseen cierta fluidez, que es cómoda para observar en la cuarta pantalla, sin dejar de cumplir su función narrativa. Los movimientos físicos empleados con la cámara son muy discretos y fluidos, además, son combinados, por lo general, en ángulos picados y contrapicados.

La serie *El gran día de los feos* fue dirigida por David Tesouro y Nabil Chabaan, que son dos realizadores audiovisuales españoles, con experiencia en la producción de contenidos para televisión. Para efectos de este trabajo de grado, Nabil Chabaan concedió una entrevista vía *Skype*, en donde manifestó que la serie tuvo un costo aproximado de 60.000 euros y fue concebida en su origen como un producto para la Web, pero decidieron dirigirla para la dispositivos móviles, en busca de destacarse en medio del boom de series Web que se producen en España. Por lo tanto, aprovecharon que la prensa les ayudó en la promoción del contenido, al ser la primera serie diseñada en ese país para la cuarta pantalla.

Figura 7. Fotograma extraído de la serie *El gran día de los feos*



Fuente. *El gran día de los feos* (2013)

Chabaan también indicó, que en el proceso de grabación, se usó una cámara profesional de video con ópticas tele, con el fin de desenfocar el fondo y evitar la profundidad de campo, para centrar la atención de la audiencia en la acción principal, todas estas decisiones fueron basadas en la experiencia que los realizadores tienen en la producción de contenidos televisivos.

Luego sobre la iluminación, indicó que no hay problema en grabar escenas de noche para visualizarse en dispositivos móviles, debido a que el inconveniente se encuentra es en iluminar mal la escena, de manera que no se produzca contraste ni se reconozcan los elementos que componen el plano. En el caso de la duración de los planos, los directores fueron conscientes de que se debía respetar una duración adecuada de los planos en la cuarta pantalla, comparada en relación con una producción audiovisual para televisión.

En unos párrafos atrás, manifesté sobre *El gran día de los feos*, que en una sección de la muestra se combinaba un plano abierto y uno cerrado, para permitirle al usuario un tiempo mayor de lectura de la información de plano, en cambio Nabil Chabaan expresó, que esto se debía a un asunto narrativo, porque la idea de la escena era por medio del lenguaje audiovisual, ubicar al espectador en un lugar perdido y en una sociedad destruida, para generar un efecto sorpresa, lo que indica que no se debe a una práctica pensada previamente, para afinar el uso de los planos para la plataforma móvil.

De las muestras diseñadas para dispositivos móviles, donde se hallan las series *Talión* y *El gran día de los feos*, se deduce que son contenidos con una alta influencia televisiva, no solo por la experiencia que tienen los directores de las series en ese medio audiovisual, sino por la manera cómo usan el lenguaje. Asimismo, las dos muestras se derivan del formato televisivo de las series, lo que ratifica lo planteado por Álvaro et al. (2012) que son uno de los cuatro formatos que más se consumen en la Red.

Las series *Talión* y *El gran día de los feos* son estructuras más largas que los cortometrajes de las muestras producidas con dispositivos móviles, pues tienen entre 12 y 13 capítulos respectivamente, por ello, el tiempo para grabar este tipo de producciones es más largo y se recurre a métodos prácticos de grabación, para sacar pronto las escenas, lo que implica que no tengan el mismo tiempo de producción que en el cine. Otras características son:

- El lenguaje televisivo es muy reiterativo y no se dejan elementos al azar, así el espectador tiene toda la información necesaria para entender lo que está pasando, por lo tanto, no se le deja al espectador insinuaciones para hacer deducciones.
- Hay tendencia al uso de pocos decorados en la composición del plano, para que la acción se centre en los diálogos.
- Se evidencia el uso constante de los mismos movimientos físicos de cámara y de ángulos de cámara, caso específico de *Talión*, donde la cámara, por lo general, está apoyada en un *travelling*.
- También en el lenguaje televisivo hay tendencia a la masificación, por eso se presenta la supresión de los rasgos locales y particulares, para dirigirse a públicos globales.

Por el lado, del grupo focal, la mayoría de participantes manifestaron que hubo una tendencia al uso de planos cerrados en las *The other side*, *Talión* y *El gran día de los feos* con una fotografía, que se caracteriza por no tener mucha información, además de poseer movimientos físicos de cámara simples. Otro grupo de personas expresó que *The other side* y *El gran día de los feos* poseen el tiempo necesario para que el espectador lea la información del cuadro, debido al alto contraste conseguido por la iluminación y la saturación de color, mientras a *La boca del león* y *Talión* se les consideró muy planos y faltas de color. Al respecto de *Talión*, varios participantes del grupo manifestaron, que el contenido posee muy mala calidad de imagen para ser observado de manera satisfactoria, mientras tanto, un integrante expresó, que el lenguaje de la muestra era muy televisivo.

Asimismo, identificaron que en los planos generales se pierde mucha información por lo reducido de las pantallas, uno de los participantes indicó que *El gran día de los feos* (diseñada para consumo en dispositivos móviles), no se perdían detalles de la composición por su fuerte contraste y justificación en los tercios de la imagen y lo definió como un contenido apto para consumo en dispositivos móviles. Sin embargo, otro participante manifestó que tanta saturación de color era incómoda para los ojos y no le gustó ver esa muestra en el *Smartphone*, porque cansa visualmente.

Por el lado, de *La boca del león*, consideraron que se pierden muchos detalles de los planos al verlo en un dispositivo móvil, por el ritmo de los movimientos de cámara, aunque pasa una situación particular con esa muestra, debido a que el *smartphone* es un personaje más dentro de la historia, donde el espectador desde su teléfono se siente como si fuera ese personaje que contesta la llamada e interactúa con los demás personajes.

Por último, una de las personas que participó, mencionó algo muy interesante que está relacionado con la visualización de los planos y la información que contienen, dado que no llevó sus gafas y le dio dificultad ver los contenidos desde el *smartphone*, de lo que deduzco que es muy importante desde la accesibilidad de los contenidos, que estén en calidad Full HD y que se siga las recomendaciones de Morales (2011), sobre el diseño de la fotografía para la producción diseñada para la cuarta pantalla.

Para finalizar, una de las características de la producción con dispositivos móviles, cuando se utiliza el *smartphone* como cámara para generar contenidos audiovisuales, radica en asuntos de presupuesto, porque no todas las personas poseen una cámara de video profesional para grabar. Además, un alto índice de la población mundial posee alguna clase de dispositivo móvil, que por su portabilidad y movilidad (Ramírez, 2008), sumado a la facilidad en su uso, no necesita ningún

estudio o preparación previa para manipular el dispositivo y así, registrar, empezar a grabar en video o incluso hasta llegar a realizar un cortometraje de ficción.

En cuanto a lo manifestado por Velásquez (2012) sobre "los contenidos del medio móvil", que se diferencian por su lenguaje informal y no son normalizados como los producidos en los medios tradicionales, creo que no es así, pues tanto en los contenidos audiovisuales producidas con dispositivos móviles como en los diseñados para dispositivos móviles, hay una clara influencia televisiva y cinematográfica, lo que indica que el lenguaje usado no aporta en mejorar la experiencia del usuario. Por otro lado, tampoco se evidencian nuevas narrativas basadas en la libertad expresiva y en la experimentación audiovisual, como lo expresa el Velásquez (2012) que basó su trabajo en analizar muestras generadas con dispositivos móviles.

Así pues, en este caso se usan encuadres clásicos, que según Galindo (2005), son los recomendados en el diseño audiovisual para dispositivos móviles, lo que genera un mayor efecto en la comprensión de la información. Por otro lado, Galindo (2012), en otro estudio, manifiesta que los contenidos para dispositivos móviles deben ser cortos, pero esto no implica que la forma de emplear los planos sea así, por el contrario, se deben manejar exposiciones largas para poder rastrear la información, recomendación que cumplen, en su mayoría, las muestras analizadas.

5.1.2 Recursos sonoros

En esta subcategoría se encontró que en el tratamiento de los recursos sonoros, de los contenidos producidos con dispositivos móviles y los diseñados para dispositivos móviles, no hay muchas diferencias substanciales, donde básicamente hay un aprovechamiento de las propiedades del sonido, para narrar

en función de la plataforma móvil, lo que no implica que sea diferente a la manera como se narra en términos sonoros para otros medios de consumo audiovisual.

Se evidenció que los materiales de la expresión sonora son las palabras, los sonidos, la música y en menor medida, el silencio. Los sonidos por lo general son diegéticos y provienen de los personajes o los objetos que están dentro del cuadro. Algo particular de *La boca de león* es que posee muy poca musicalización y las imágenes están acompañadas de efectos sonoros, que cumplen su efecto narrativo, al resaltar los momentos dramáticos, pues así se trata de transmitir suspenso.

Además, la limpieza musical de *La boca del león* busca darle realismo y verosimilitud a la historia, dado el tipo de formato en el que se inscribe el contenido, donde los diálogos son fundamentales dentro de la historia. Lo especial en cuanto a lo sonoro de *La boca del león*, es que al finalizar el cortometraje presenta una banda sonora creada solo para este contenido audiovisual. En la muestra también es evidente que el audio es tratado en postproducción, pues existe una voz en *out* en todo el transcurso de la narración, de lo que se deduce que fue postsincronizada y no grabada en escena con el dispositivo móvil, pues si bien es un contenido que trata de simular la realidad, también se halló que el sonido ambiente es reducido y tratado para darle prioridad a los demás elementos sonoros.

En cambio, en *The other side* hay una voz en *off*, que introduce de modo indirecto a lo que se presenta en la historia con una alegoría, las demás voces provienen de los personajes que intervienen en el relato. En esta muestra siempre hay acompañamiento permanente de música, en algunas ocasiones, hay fusión entre ella con efectos sonoros y sonido ambiente, situación que no ocurría en *La boca del león*. Además, hay un fragmento de la historia donde cesa la música y los efectos, para darle paso a un silencio que sirve de transición y cambio de secuencia.

The other side presenta una banda sonora al final de los créditos, que fue extraída de un banco de sonidos, al igual que los demás elementos sonoros, como lo manifestó Conrad Mess en la entrevista. Un elemento que diferencia *The other side* de *La boca del león* es el volumen que tienen los elementos sonoros, porque son muy fuertes de principio a fin.

En la entrevista el director Conrad Mess reveló que todo lo que se escucha en *The other side* está tratado en postproducción, porque cuando se usa la aplicación *Filmic Pro*, el audio se desfasa cuando se graban más de 10 o 15 segundos y para que no ocurra esto, se graba el sonido en un dispositivo profesional de audio. También señaló que para él la música es tan importante como las locaciones y los actores, debido a que son un medio para transmitir sentimientos y establecer el ritmo de la historia, a tal punto que la considera como un personaje más.

Luego, en *Talión*, que es de las muestras diseñadas para la cuarta pantalla, se halló que en la primera parte de la historia hay carencia de diálogos, solo hay sonido ambiente y efectos sonoros que acompañan las acciones del personaje. En la otra parte predominan los diálogos, aunque no están acompañados de música. Esta muestra fue grabada con equipos profesionales y sus diálogos no son postsincronizados como en los contenidos producidos con dispositivos móviles, pero sí son tratados en edición.

En lo referente a la calidad del audio, no es la óptima, porque es muy agudo y las primeras veces que observé el primer capítulo de *Talión*, se desfasaba la imagen del audio, lo que es una situación incómoda para el espectador. Este problema se supone que obedece a problemas técnicos del servidor o la página Web donde está almacenado el contenido.

En *El gran día de los feos*, los recursos sonoros se escuchan en una mayor calidad que en *Talión* y no presenta ningún tipo de error técnico al consumir el contenido. Hay combinación de música y sonido ambiente, además se usan voces

en *off* y se utilizan cuatro pistas de música diferente durante el primer capítulo, mientras en las demás muestras había una relación entre una o máximo dos. El volumen de la pista de audio en *El gran día de los feos* es alto y no se necesita colocar mucho al volumen en el dispositivo móvil para escucharlo a un nivel agradable.

Nabil Chabaan en la entrevista reveló, que en todos los capítulos de la serie hay casi siempre sonidos, porque quisieron envolver la historia de música para darle ritmo, creando una atmosfera de recursos sonoros agradables para el mundo de los personajes bonitos y otra con recursos sonoros menos atractivos para el mundo de los personajes feos, lo que cumple una función netamente narrativa.

Además, el director dijo que en *El gran día de los feos*, es preferible escuchar los capítulos por medio de audífonos para seguir la historia, porque de lo contrario, el espectador puede perderse de ciertos elementos sonoros importantes en el relato, debido a que el director considera que la imagen es 50% de la historia y el otro 50% es la parte sonora. Además, los dispositivos móviles son plataformas de consumo individual y para evitar interferencias sonoras con el mundo exterior, es recomendable usar los auriculares.

Al final, en las cuatro muestras, los recursos sonoros al igual que los recursos visuales pueden ser usados de diferentes maneras y de eso depende mucho el tipo de historia, género, formato y la manera de narrar que caracteriza al director, que estriba en su concepción ideológica o punto de vista y eso es indiferente del tipo de producción o plataforma a la que va dirigida la historia, porque el lenguaje audiovisual permite a los creadores de contenidos poner la narrativa a disposición del contenido y tomar elementos estéticos de diferentes corrientes, para mejorarlo o no, en función del medio de exhibición.

A propósito del grupo focal, hubo una mayoría de personas que manifestaron que para ver de manera óptima los contenidos en dispositivos móviles, sin importar sí

son producidas con dispositivos móviles o diseñadas para dispositivos móviles, es necesario hacerlo con audífonos. De manera que lo señalado por Galindo (2005) y Velásquez (2012) sobre la recepción con auriculares, se debe a que se individualiza la recepción del sonido.

Es importante mencionar que al momento de realizar el grupo focal, no se indicó a los integrantes que llevaran audífonos, una minoría que tenían sus audífonos en ese momento, los usaron y los demás, los escucharon en altavoz. Sin embargo, los que no escucharon con audífonos, expresaron que entendieron lo que sucedía, pero que es mejor usarlos para no perderse detalles, lo que ayudaría a concentrarse en la visualización de la información.

Por medio del grupo focal pude observar que hay una gran variedad de dispositivos móviles de pantalla reducida (*smartphones*), cuyo distintivo principal es que hay muchas marcas de celulares y entre ellas, diferentes gamas (bajas, medias y altas, como son denominadas en la industria móvil), por lo cual cada una de estas presenta materiales y tecnologías que repercuten en la experiencia sonora del espectador, porque puede pasar que con los audífonos el sonido salga en estereofónico y en altavoz, en monofónico; o incluso, en las gamas bajas que salga monofónico por los dos lados, en consecuencia, se podría perder parte de la calidad del recurso sonoro en el momento del consumo.

En consecuencia, que en el grupo focal hayan expresado que hay mucha diferencia sonora cuando observaron los contenidos en *smartphones* y luego *tablets*, lo que alude a asuntos técnicos fuera del control de los realizadores de contenidos audiovisuales para dispositivos móviles.

En *The other side* y *El gran día de los feos*, el tratamiento de los recursos sonoros sobresale de las demás muestras, al contar con mayor contraste entre la música, los efectos y los diálogos y al tener una ganancia de volumen superior, donde es

fácil distinguir cada uno de los recursos sonoros empleados. Además, las muestras se caracterizan por envolver la historia de música.

En general, los aspectos morfológicos y expresivos de *The other side* y *El gran día de los feos* tienen un excelente estándar de calidad visual y sonora, lo que demuestra que los productos audiovisuales en alta calidad no requieren para su visionado en óptimas condiciones, de una pantalla de formato mayor como lo indica Calvo et al. (2012).

5.2 Categoría 2: Postproducción

Tanto los contenidos producidos con dispositivos móviles, como los diseñados para su consumo en la cuarta pantalla, presentan desde el montaje más puntos en común que elementos que las separe, hay una homogeneidad basada en la sencillez por la manera como se articulan los planos. No obstante, en las muestras producidas con dispositivos móviles, el proceso de edición requiere de un mayor tratamiento en la postproducción, para poder lograr una calidad parecida a la de los contenidos diseñados para la cuarta pantalla, porque no se pueden comparar con las texturas y los colores que captura una cámara profesional de video, que para el espectador pasan desapercibidos, porque las producciones con *smartphone* al final, logran una buena calidad por el manejo de la edición.

La boca del león posee una duración total de 4:52 minutos y el archivo original almacenado en YouTube pesa 87,6 MB, siendo en su proporción la muestra más pesada al compararla con los demás contenidos con base en la relación duración/peso, lo que indica que pasó por un trabajado proceso de postproducción, donde se le hicieron correcciones a los archivos en bruto, como por ejemplo: en el brillo, el contraste, las sombras y la iluminación, deteniéndose

en el retoque de color, de ruido y de foco, para compensar la ausencia de luz, que hay en el cortometraje y alcanzar una calidad aceptable.

El estilo del montaje de *La boca del león* es muy clásico, porque ayuda a narrar los hechos de modo coherente mediante un ritmo lento, que busca darle dramatismo a las acciones. Todos los planos están unidos por medio de cortes secos, pues ninguno está ensamblado por transiciones y al final del cortometraje, se halló un pequeño efecto de color para concluir la historia. El tratamiento de la imagen y el sonido en el proceso de postproducción por el que pasó *La boca del león*, permitió darle ese tono realista, que pretende impregnar este tipo de formatos en clave documental.

Además *La boca del león* tiene unos subtítulos incrustados en inglés de color amarillo con una letra de tamaño mediano, que contrastan con la atmosfera del cortometraje, lo que permite una cómoda lectura para el espectador. Los créditos de cierre tienen una letra mediana en color rojo, en un fondo con el que no contrasta demasiado. Por lo anterior, es que Galindo (2005) plantea que el diseño gráfico en el entorno móvil se identifique por el uso de textos grandes, tipografías sencillas y con alto contraste con el fondo.

La segunda muestra, que corresponde al cortometraje *The other side*, posee una duración de 17:14 minutos y un peso de almacenamiento en YouTube de 157,7 MB y al compararla con la proporción duración/peso de *La boca del león*, se deduce que fue comprimida y pasó por un arduo proceso de postproducción, pues hay que recordar que la mayoría de los escenarios fueron creados en 3D, lo que indica que esta técnica no es solo exclusiva de las grandes producciones televisivas y cinematográficas, además, *The other side* presenta un tratamiento en blanco y negro generado desde la postproducción.

Figura 8. Comparación entre el video en bruto y el producto final en *The other side*



Fuente. Web video Chefs (2013)

Asimismo, la muestra tiene un estilo de montaje clásico acompañado de un ritmo muy dinámico, generado por la cadencia de planos que están unidos por cortes secos. En esta muestra se usan cuatro fundidos; el primero, para dar paso a los créditos de inicio a los 27 segundos; el segundo, para cerrar los créditos de inicio a los 59 segundos; el tercero, es un fundido en negro que cumple la función de separar dos secuencias; y el cuarto, para marcar el final de la historia.

En *The other side* hay dos efectos especiales generados desde la postproducción, que son llamativos desde lo visual; uno de ellos muy pequeño, pero pigmentado en color, lo que permite que sea fácil de apreciar al contrastar con la imagen en blanco y negro. En la muestra se evidencia un proceso de edición que le da cierto look del cómic al contenido, por la manera en que se trató la imagen.

Además, el cortometraje *The other side* posee subtítulos incrustados en inglés en color blanco, aunque ellos no están dentro de la imagen, sino en las franjas negras que son generadas por la relación de aspecto, en un tamaño mediano y con

resalto en blanco. Los créditos de inicio tienen una tipografía de letra delgada, que no permiten leer con comodidad el texto; en cambio, en los créditos finales sucede lo contrario, pues los textos se pueden leer de modo claro por su tamaño superior.

Por medio de la entrevista Conrad Mess declaró que el proceso de postproducción en la producción de contenidos con dispositivos móviles, cobra demasiada importancia, porque ahí está la clave para lograr una calidad similar a la de una cámara profesional, por eso es indispensable contrarrestar el ruido con un filtro *denoiser*, hacer correcciones de color y realizar etalonaje para evitar saltos de continuidad de luz. El director de *The other side* logró tal manejo en la calidad de sus producciones, aunque en algunos festivales audiovisuales de dispositivos móviles, no fueron aceptados sus cortometrajes, porque no le creyeron que fueran hechos con un *smartphone*.

En todos los cortometrajes realizados por Conrad Mess, hay una constante en el uso de efectos especiales, a lo que el director manifiesta que le gustaría hacerlos en escena; no obstante, por limitantes económicas no es posible, por lo tanto decide apoyarse en las herramientas de edición disponibles para PC. De manera que, el proceso se convierte en más sencillo y económico, lo que permite realizar en el caso de *The other side*, la escenografía y los efectos con el detalle, tal cual lo tiene previsto el director.

En *Talión* no se pudo evidenciar cuantos MB pesaba el contenido audiovisual, puesto que está almacenado en un servidor independiente a los de YouTube, lo que sí es claro, es que el material disponible para el público está comprimido a una mediana resolución. Lo anterior también tiene una lógica desde el consumo de datos en un *smartphone*, de manera que se pueda cargar el contenido rápido en el dispositivo móvil y así el espectador no presente contratiempos en la visualización.

Del mismo modo, en *Talión* hay un montaje clásico con un ritmo dinámico como en *The other side*, pero con una cadencia menor. Los planos también están unidos a partir de cortes secos y no se utilizan transiciones para acoplarlos, solo se usan dos fundidos; uno, con el que inicia la historia; y otro, para marcar el final. El tratamiento de las imágenes y el sonido en esta muestra, ayudan a generar una atmósfera a disposición del género policiaco con tintes de cine negro, donde se privilegian las gamas de colores fríos en escenas de noche.

Talión no presenta subtítulos como los contenidos anteriores, lo que indica que los cortometrajes producidos con dispositivos móviles van dirigidos a un público global y son exhibidos en circuitos más abiertos. En el cortometraje *Talión* no hay créditos de inicio, pero sí un crédito de cierre solo el nombre de la serie y después le sigue un avance del próximo capítulo.

La muestra *El gran día de los feos* tiene una duración total de 12:08 minutos y un peso 158,8 MB de almacenamiento en YouTube, lo que indica que es la más pesada de todas, pero no llega a ser la más larga de ellas en cuanto al tiempo real de duración, de ahí se presume que también tiene un especial tratamiento en postproducción, que se evidencia por la saturación de los colores y los dos filtros que hay para complementar la ambientación producida por la iluminación y el vestuario en dos escenas específicas. En la postproducción, el tratamiento de la imagen ayuda a darle el toque futurista y perfecto de la sociedad donde se enmarca la historia.

Por otro lado, *El gran día de los feos* tiene como las demás audiovisuales, un montaje clásico con un ritmo dinámico en la cadencia de los planos, a partir de cortes secos. En la muestra se presentan tres fundidos en negro; el primero, con el que abre paso a los créditos de inicio, al 01:18 minutos; el segundo, con el que se cierran los créditos de inicio, al 01:23 minutos; y el tercero, con el que cierra la historia. Esta muestra no posee créditos de cierre.

El codirector de *El gran día de los feos*, Nabil Chabaan, comentó en la entrevista que al contenido se le trató de dar un equilibrio en postproducción con un ritmo precipitado, pensado en el consumo para dispositivos móviles, pues se cuenta mucho en poco tiempo. No obstante, manifestó que siempre se respetó el tiempo de lectura de los planos.

Desde mi punto de vista, el montaje es esencial dentro del proceso de creación audiovisual para relacionar los hechos que se narran, allí es donde se puede salvar o estropear una pieza audiovisual, dado que por medio de ese ordenamiento de planos, escenas y secuencias, se da sentido y se provocan sentimientos en el espectador. Por esta razón, el estilo del montaje observado entre las diferentes muestras audiovisuales analizadas, es funcional para el consumo en dispositivos móviles por la sencillez y oportuna mezcla entre imágenes y sonidos, que le dan continuidad a las acciones para que el espectador pueda asociar el discurso lineal de los cortometrajes.

Asimismo, para Velásquez (2012) la edición de los contenidos en el medio móvil debe encaminarse a que el espectador no pierda el hilo de la narración, por lo tanto el montaje clásico es el recomendado en el diseño de contenidos para dispositivos móviles, como sucede en las cuatro muestras analizadas.

Y para finalizar, cuando Gómez (2012) manifiesta que el *hardware* y *software* de una plataforma coarta el lenguaje del arte, no aplica en términos de la postproducción en las muestras analizadas para la cuarta pantalla, porque todas son tratadas desde *software* de edición profesional para ordenadores, situación que cambiaría, donde los contenidos fueran editados con las aplicaciones disponibles para dispositivos móviles, porque son muy limitadas y no contemplan todas las funcionalidades que tienen los programas de edición de un PC.

Por consiguiente, el tratamiento de edición móvil es distinto, allí priman los efectos y filtros preestablecidos de las aplicaciones que serían difícil de justificar

narrativamente. Además, las aplicaciones de edición de video para dispositivos móviles requieren de mucha memoria y recursos técnicos del dispositivo, por lo que no todos están en condiciones de procesar tanta información y mucho más, si son videos que requieren de tanto trabajo de postproducción.

Otras de las imitantes en el *hardware* de los dispositivos móviles que opaca un buen trabajo de edición son los *megapixeles*, que tiene la pantalla y el tipo de tecnología que las abriga, al incurrir en la apreciación de la calidad de los colores y texturas del contenido de ficción.

5.3 Categoría 3: Recursos narrativos y puesta en escena

5.3.1 Recursos narrativos

Los recursos narrativos analizados en este trabajo, son una demostración de que en la producción de contenidos audiovisuales de ficción, una historia novedosa es lo más importante para enganchar al espectador. En el caso de los cuatro tipos de muestras hay una variable inmutable y es la simplicidad de los contenidos, que son estructuras de fácil entendimiento a los ojos del espectador y que funcionan de forma adecuada como contenidos para el consumo en la plataforma móvil, pues su construcción narrativa no es complicada, porque obedece a la dinámica de la combinación del diseño narrativo de la *arquitraba* (clásico) y el de la *minitraba*⁸. Asimismo, los personajes tienen una caracterización donde no hay profundas transformaciones psicológicas, lo que permite el reconocimiento a primera vista y sin generar mucho esfuerzo al espectador para conocer cuáles son sus objetivos.

⁸ Según Mackee, R. (2009) La *minitraba* mantiene algunos de los elementos del diseño clásico, solo que es simplificado a historias más fragmentadas, con un protagonista más pasivo y un final abierto.

En *La boca del león*, el diseño narrativo es la *arquitrama* o diseño clásico, donde el protagonista principal lucha frente a una fuerza externa que se opone en la obtención de un objetivo. De manera que, la historia exhibe un orden temporal con la estructura de inicio, desarrollo y final. Su tiempo histórico es cercano al presente y el tiempo interno de la historia es 4:52 minutos, que corresponde al mismo tiempo que dura el cortometraje.

En la trama de *La boca del león* intervienen cuatro personajes (señor Montalvo, niña, sacerdote y una fuerza sobrenatural), donde dos de ellos cumplen la función de personajes principales: la niña y el sacerdote (que están presentes desde el inicio de la historia por medio de la videollamada), también hay un papel secundario que lo desempeña el señor Montalvo y un antagonista que es la fuerza sobrenatural.

Según Casetti, F. & Di Chio, F. (1991): hay tres puntos de vista desde los que se pueden analizar a los personajes: como persona (plano o redondo, lineal o contrastado, estático o dinámico), como actuante (sujeto/objeto, destinador/destinatario, ayudante/oponente) y en función del rol (activo/pasivo, influenciador/autónomo, modificador/conservador, mejorador/degradador, protector/frustrador, protagonista/antagonistas).

En *La boca de león* se clasifican de la siguiente manera: el papel como persona de la niña es contrastado, porque al final pasa de un estado inicial A a uno B, donde hay un cambio de valor que no se ve en la pantalla, pero que el espectador lo supone por medio del final abierto, aunque este tipo de final es más recurrente en las *minitramas*. El papel del sacerdote como persona es estático, porque no se presenta ningún cambio trascendental y mantiene su postura de inicio a fin.

El papel de la niña como actuante, es el del sujeto que busca al objeto para actuar sobre él, mientras el papel del señor Montalvo, es el destinatario que se beneficiará o no por la intervención de la niña sobre el objeto. El papel del

sacerdote como actuantes, es de un ayudante que auxilia al destinatario para contrarrestar el objeto, por medio de las indicaciones que le da a la niña. Mientras el papel de los personajes en función del rol se desempeña de la siguiente forma: la niña como activo, pues es quien más se inmiscuye en la acción para alcanzar el objetivo, el del señor Montalvo es pasivo y el del sacerdote es influenciador, dado que es quien impulsa y guía a la niña para salvar a su padre (el señor Montalvo)

El cortometraje *The other side* tiene un diseño narrativo con muchos elementos de la *minitrama* y unos pocos de los elementos de la *arquitrama*, porque se presenta al inicio como una narración clásica, pero se desarrolla un conflicto interno entre los personajes, hay protagonistas múltiples y pasivos, pero igual se mantiene el orden del inicio, desarrollo y final de la poética de Aristóteles. Su tiempo histórico está enmarcado en la Época Victoriana (1837-1901) y el tiempo interno en el que suceden los hechos, es cercano a una media noche.

En esta muestra se presentan cuatro personajes (Lisbeth, Suri, su madre Candise Morton y el padre de las niñas), los tres primeros son los personajes principales; las dos hermanas (Lisbeth y Suri son las protagonistas) y su madre, la antagonista. El cuarto es un personaje que desempeña un papel secundario dentro de la historia. El papel de Lisbeth como persona es dinámico, porque está en continua evolución y el papel de Suri es estático, porque se mantiene constante durante toda la historia, mientras el de la señora Candise Morton es contrastado, porque es inestable y contradictorio.

El papel de Lisbeth como actuante es el de oponente sin ser la antagonista y el de su madre (Candise Morton) es el del sujeto que se mueve hacia el objeto (morder a sus hijas), de ahí que no haya personajes que se califiquen como actuantes destinador/ destinatario o ayudante, porque Suri se desempeña más como una acompañante de su hermana, sin ser una oponente como tal.

En *The other side*, el papel en función del rol que desempeña la señora Candise Morton es antagónico y al mismo tiempo, activo, porque es ella quien se mueve para alcanzar su objetivo, el papel en función del rol de Lisbeth es el de protector y el de Suri es conservador, pero en conjunto las dos hermanas mantienen un rol pasivo dentro de la historia. Es decir, el personaje antagónico es el que mueve los hilos de la narración y en el que más se enfatizan las acciones.

En las muestras producidas con dispositivos móviles se puede evidenciar que hay dos tipos diferentes de tramas; en *La boca del león*, los elementos del diseño narrativo tienden hacia un modelo clásico, mientras que en *The other side*, hay más elementos de las *minitramas*; aunque con un elemento en común: un reducido número de personajes. Mientras que, desde los tres puntos de vista de Casetti & Di Chio (1991) para estudiar los personajes también se presentan diferencias en la caracterización de los personajes planteados desde el tipo del diseño narrativo, así pues, se debe resaltar que lo más importante es que la historia enganche e impacte en el espectador, sin importar el género ni el formato.

En la serie *Talión*, el diseño narrativo es la *arquitrama* y es el más clásico de las muestras observadas, al no contar con elementos de otros diseños narrativos. Si bien, el primer capítulo de la serie cuenta con la capacidad de transmitir un mensaje como contenido audiovisual, el guion como armazón de la historia no es funcional al carecer de un punto de giro patente, que conduzca a los personajes a tomar decisiones inesperadas.

Además, la confrontación del personaje principal se resuelve de modo simple y pasivo pues no halla mayores obstáculos que le exijan en la obtención del objetivo, en consecuencia la historia cautiva poco al espectador por no esforzar las posibilidades del protagonista al máximo, pues en esencia "A los personajes se les admira más por lo que intentan que por lo que consiguen" (Cinemanía, 2012), de modo que faltan acciones que busquen exteriorizar los rasgos psicológicos del personaje principal, para que así el espectador se pueda identificar con los hechos

que transcurren en la historia. El tiempo histórico del capítulo es el presente y el tiempo interno de la trama transcurre en un tiempo aproximado de media noche.

En la serie *Talión* actúan dos personajes: Andrés y su padre, como personajes principales del primer capítulo. En esta muestra no hay un personaje que cumpla las características de antagonico y quien más se acerca en el desarrollo de ese papel es el padre de Andrés, aunque no desempeña el rol completo para obstaculizar las motivaciones de su hijo. Los personajes secundarios son los dos guardaespaldas que aparecen al final de la historia.

El papel de Andrés y su padre, como personas, es plano, puesto que no hay una transformación evidente de los personajes dentro de historia, ni hay cambios de valor trascendentales. El papel como actuante de Andrés, es del sujeto que se mueve hacia el objeto (arma de fuego) y al mismo tiempo, es el destinatario; mientras el papel de su padre es inclasificable en este aspecto, porque no es ni destinador ni mucho menos ayudante/oponente. Por el lado del papel en función del rol de Andrés, es activo y el de su padre, es opuesto (pasivo). Esta historia tiene falencias en el guion, dado que no engancha al espectador, como la afirmaron la mayoría de participantes en el grupo focal, con lo cual me identifico.

Si bien, en el segundo acto de *Talión* hay un grupo de acciones que acompañan los diálogos, la expresión verbal tiene demasiada importancia porque es el recurso del personaje para solucionar la confrontación, lo que implica que muestra se incline por el lado televisión, que plantea situaciones explicativas mediante el uso de la palabra.

En el contenido *El gran día de los feos* se halló que su diseño narrativo es la *arquitraba* y tiene un orden temporal lineal, acompañada de un *flashback* que se remonta a un mes. El tiempo histórico comprende un futuro lejano (2056) y el tiempo interno del primer capítulo transcurre en un tiempo aproximado de un mes y un día.

En *El gran día de los feos* intervienen más de 40 personajes, entre actores principales, secundarios y figurantes. La historia se centra en Sheila, Macu y Vicky, que son los personajes en los que se concentran la mayoría de las acciones del primer capítulo, pero se evidencia que al ser una serie, la trama se traslada al finalizar el capítulo a otros personajes (los feos) y por sí sola, tiene una unidad narrativa independiente. La anterior situación es característica de las series televisivas, donde se desarrollan varias tramas en un mismo capítulo, contexto que no se evidenció en el primer capítulo de *Talión*, que además deja una sensación de no tener una unidad por sí sola, al quedar inconclusa.

En la primera trama, aunque Sheila, Macu y Vicky son tres personajes distintos, se pueden clasificar como personajes estáticos, pues son constantes y estables en sus deseos y formas de pensar. Como actuante, Sheila y Macu son las destinatarias del objeto y Vicky la ayudante de las destinatarias. En función de rol las tres tienen un papel activo dentro de la historia.

En la trama, dos están involucrados: los feos y los integrantes del servicio de inspección estética de seguridad; los primeros, son los protagonistas; los segundos, los antagonistas de esa parte de la historia. El papel del personaje principal, Feo, es plano, porque no logra desarrollar atributos psicológicos ni acciones para pasar a otro estado, en cambio, el de los integrantes de la inspección estética es contradictorio, porque al final desarrollan atributos fuera de esa sociedad perfecta, basados en la violencia.

El papel del Feo como actuante, desde mi punto de vista no es clasificable como objeto, porque no trata de confrontar a las personas bonitas que los reprimen, sino que se camufla entre ellos y no quedan claras sus intenciones, mientras los integrantes de la inspección estética son los antagonistas. En función del rol el Feo desempeña un papel pasivo y los miembros del escuadrón, un papel activo, pues son los que están en búsqueda de reprimir a los feos.

Entre las muestras diseñadas para dispositivos móviles hay un punto en común y es que sus finales son cerrados y poco atractivos, con el agravado de que *Talión* tiene defectos en el guion porque carece de un conflicto, de ahí que en el grupo focal manifestaran al respecto, que era un contenido que no daban ganas de seguir consumiendo. Mientras las muestras producidas con dispositivos móviles, tienen unos finales llamativos o sorprendidos; en un caso, uno abierto y en el otro, cerrado, que cumplen con la expectativa del espectador, que es entretenerse.

Por medio del análisis de esta subcategoría, se encontró que los personajes son el centro de la atención en las historias y de su adecuada caracterización y planteamiento desde la escritura del guion, que no deja de ser la misma que para otros medios audiovisuales, dependerá el éxito del contenido. También es claro que hay múltiples maneras de plantear una historia, pues la creatividad de los guionistas es inimaginable a la hora de construir relatos audiovisuales.

Así pues, toda historia, sin importar el medio al que se dirige, debe tener un conflicto, unos personajes que tengan objetivos y motivaciones claras, acompañadas de unos obstáculos para alcanzar sus metas, que son los elementos mínimos para satisfacer la demanda de contenidos en la plataforma móvil, para que el espectador no se disguste al observar una ficción carente de acción. Así pues, por la portabilidad y movilidad de los dispositivos móviles, los tiempos de consumo en la plataforma móvil son muy reducidos y ahí está el reto de los guionistas de contenidos para la cuarta pantalla; crear historias cautivadoras y cortas, donde el contexto del consumo son ambientes y donde la acústica y la visualización de la pantalla pueden llegar a ser intermitentes.

Al final, el diseño narrativo empleado en las muestras es acorde para el consumo en la cuarta pantalla, porque emplean una estructura universal en la ficción audiovisual, basada en la poética de Aristóteles, que el espectador asimila de modo natural. Por esta razón, sería difícil producir historias con un orden temporal para la plataforma móvil discontinua, en espiral y circular, que sea viable de

consumir en pequeñas pantallas, dado que la sencillez de una historia no implica que sea aburrida y que no satisfaga las expectativas de la audiencia.

5.3.2 Puesta en escena

En esta subcategoría se halló, que en las muestras *La boca del león*, *The other side* y *Talión* se utilizan muy pocas locaciones y las tres están grabadas en escenarios nocturnos, lo que supone un reto en términos de la iluminación, para el óptimo consumo del espectador en dispositivos móviles. Mientras la puesta en escena en *El gran día de los feos* es más compleja, porque se usan muchos actores, vestuario y maquillaje más elaborados, además, se observan diversas locaciones; grabadas en exteriores e interiores, tanto reales como en estudio. Por el lado de *The other side*, los escenarios fueron grabados en estudio con la técnica del *chroma key* y luego construidos en 3d. En cuanto al maquillaje empleado en los contenidos analizados, ayuda a caracterizar los estados de ánimo de los personajes o a darle contexto a las situaciones por las que pasan dentro de las historias.

En *La boca de león* hay una sola escena, grabada de noche y en una locación interior real, situación característica de los falsos documentales en el género de terror. En cuanto al maquillaje de los personajes principales, en especial el de la niña, es muy natural, pues solo tiene una tenue base rosada en los cachetes y un poco de labial en rojo, para resaltar un poco su rostro en medio de una imagen oscura y granulada. El sacerdote no se ve dentro del cuadro, porque su presencia esta mediada por la voz en *out* que se genera por la videollamada, por lo tanto, no es posible ver su fisionomía.

El maquillaje del señor Montalvo en *The other side* es un poco fuerte, para inducir al espectador, que pasa por un mal estado de salud; tiene las ojeras marcadas

con un poco de color rosado y la cara con base blanca. Mientras el vestuario de los personajes es muy natural y realista, pues representan unas personas del común y corriente. Los personajes en general son figurativos realistas, pues lo que tratan es de representar la realidad tal y como es.

En *The other side* hay un número superior de escenas al compararlas con *La boca del león*, seis en total, donde tres se desarrollan en locaciones interiores y las otras tres en exteriores, todas grabadas en un estudio donde se simula la noche. El maquillaje de los personajes es muy sencillo, pues todos tienen una pequeña capa de base en sus rostros, pero es más acentuada en la señora Candise Morton, para diferenciarla de los demás personajes con un toque pálido, que es resaltado por el tratamiento a blanco y negro en toda la historia, que le brinda una textura diferente en el rostro, a la detallada en los demás personajes.

También hay que mencionar que hay dos elementos a color en la historia que están relacionados con el maquillaje y son los momentos donde se presentan fluidos de sangre. El vestuario de todos los actores corresponde al usado en la Época Victoriana y contrasta con los elementos que componen la escena pues usan colores blancos y negros. En general los personajes son icónicos, pues hacen mucha alusión a la estética del género de terror gótico y romántico de vampiros.

En el cortometraje *Talión* hay un número total de cuatro escenas, tres grabadas en exteriores y una en una locación interior. En lo referente al maquillaje de los personajes de la serie, su empleo pasa desapercibido, porque logra un tratamiento natural que consigue una caracterización realista y acorde al tipo de género y a la época de la historia. El vestuario empleado por los personajes pertenece a la época actual y hay un personaje (padre de Andrés), que sobresale en la imagen por el color vivo del buzo que lleva puesto.

En la serie *El gran día de los feos* hay un total de 11 escenas, de las cuales 10 se grabaron de día y una de noche, siete fueron rodadas en exteriores y cuatro en interiores, donde también se evidenció que hay una escena que fue elaborada en un estudio de grabación. El maquillaje del primer capítulo de la serie antes del *flashback* (introducción capítulo) es muy elaborado y cumple la función de caracterizar a los personajes moribundos que están en esa sociedad destruida. Entre el maquillaje de los personajes bonitos y feos hay diferencias, pues en los primeros resalta su rasgos y los hace ver bellos, en el de los feos ocurre todo lo contrario. Con el vestuario ocurre lo mismo: los bonitos poseen prendas elegantes y coloridas, mientras los feos tienen un vestuario de colores oscuros y normales.

Si bien, la historia se desarrolla en el 2056, el vestuario que tienen los personajes alude a la moda de los años 70, de colores vivos que contrastan fuertemente. Tanto el maquillaje y el vestuario son elementos indispensables en la caracterización y ambientación de una ficción audiovisual, que en el caso de *El gran día de los feos* es perceptible notablemente al consumir la serie en dispositivos móviles.

Según Galindo (2005) la brevedad de las escenas y las secuencias son uno de los factores que más ayudan para plantear cambios en la concepción temporal de la narración en dispositivos móviles, por lo que las muestras *La boca del león* y *Talión* se circunscriben de manera perfecta en esta particularidad de la narrativa de ficción para el medio móvil. Mientras tanto, en *The other side* la duración de la muestra se encuentra por encima de los 17 minutos, tiempo que está en el límite temporal como contenido para dispositivos móviles.

En suma, las locaciones son importantes, como aquel espacio donde los actores desempeñan su rol como personajes para relacionarse con dicho entorno y así ejecutar las acciones que desembocan en el conflicto. El uso de las locaciones en las muestras analizadas varía de acuerdo a las necesidades de cada historia y no hay un límite en su uso en los contenidos generados para dispositivos móviles ni

mucho menos, en los contenidos audiovisuales en general, pues las locaciones no se pueden limitar ni normalizar a capricho de una plataforma u otro factor, debido a que ofrecen al espectador tanta información como un diálogo, el vestuario o el maquillaje, porque indistintamente son un componente que también narra dentro de una historia.

En las escenas grabadas de noche, los realizadores de los contenidos observados fueron cuidadosos de que se pudiera leer toda la información contenida en la escenografía, para brindarle al espectador contexto o pistas sobre la situación que está aconteciendo en la historia, por medio de una adecuada iluminación. Por ello, la composición fotográfica es muy importante en la producción de contenidos para dispositivos móviles, al desempeñar un rol notable sobre qué elementos de la puesta en escena son los apropiados para quedar dentro del cuadro, de manera que suministre información suficiente al espectador sin redundar en los detalles. Es decir, tanto el vestuario, el maquillaje y los elementos de la escenografía se complementan o se minimizan con la iluminación y el tipo de composición fotográfica, que en la producción de contenidos para dispositivos móviles es indispensable por el tamaño de la pantalla, los tiempos y los espacios de consumo.

Después de analizar los aspectos morfológicos y expresivos, la postproducción, la puesta en escena y recursos narrativos, se encuentra que lo planteado por Alberich (2003) y Lizarralde & López (2012) no aplica en el sentido que la estética en el caso de la narración para dispositivos móviles no es inestable, ni tampoco salta de un sitio a otro, es decir; es una estética sedentaria y definida en el sentido que adapta los elementos del lenguaje audiovisual tradicional. Aunque, en la narración de ficción para dispositivos móviles le falta aprovechar las capacidades expresivas de la plataforma, por el lado que ofrecen las TIC, lo que puede afectar la estética del audiovisual en movilidad.

5.4 Categoría 4. Idoneidad del lenguaje audiovisual de los contenidos de ficción para el consumo entre *smartphones* y *tablets*

Cuando se les preguntó a los participantes del grupo focal: ¿considera que el *smartphone* y la *tablet* son dispositivos aptos para ver contenidos de ficción audiovisual?, las respuestas no se hicieron esperar, pues la mayoría indicó que sí, pero que debían tener presente que la duración de las historias debía ser más corta que en un audiovisual convencional y se debía utilizar un lenguaje acorde al tamaño de las pantallas.

Para efectos de la investigación en el grupo focal, los participantes observaron los cuatro contenidos audiovisuales tanto en *smartphone* como en *tablets*. Por consiguiente, se halló un elemento interesante para la investigación, en el sentido de que no todos los *smartphones* y *tablets* tienen los mismos pixeles en la pantalla, lo que repercute en la visualización de la información cuando se observa entre los dos tipos de dispositivos móviles. De ahí que, un integrante del grupo manifestara que le cansó mucho ver los contenidos en la *tablet*, pues la pantalla tenía mucho brillo, en comparación al verlo en el *smartphone*.

Otro integrante expresó que se sintió más cómodo al ver los contenidos en la *tablet*, porque cuando los vio en el celular, este tenía menor calidad en pixeles y así no los pudo observar en la calidad de origen del audiovisual. Otro participante manifestó que en la *tablet*, el consumo era más cómodo, porque el LCD es más grande que el de su *smartphone*. Mientras otro integrante expresó que le fue mejor en el consumo con el *Smartphone*, porque se veía con mayor calidad que en la *tablet*. Por esta razón, el número de pixeles del dispositivo móvil influye en el momento de consumir un producto audiovisual en la cuarta pantalla, puesto que se puede observar en su calidad nativa o en una menor calidad, lo que repercute en la visualización de los colores, la iluminación, sombras, detalles de la puesta en escena...

Así pues, las muestras producidas con dispositivos móviles son de libre exhibición en Internet, donde se pueden consumir en ordenadores, *smartphones*, *tablets*, smart TV, Ipods; es decir, desde cualquier dispositivo con acceso a la Red, además son contenidos que se exhiben tanto en festivales audiovisuales de producciones realizadas con dispositivos móviles, como de cortometrajes en general. Mientras por el otro lado, los contenidos diseñados para dispositivos móviles, aunque necesitan de Internet para su distribución, el consumo es más cerrado, porque se dirigen solo a la exhibición con dispositivos móviles que posean los ecosistemas Android, IOS, Windows Phone mediadas por aplicaciones móviles. Además, desde la usabilidad, el consumo audiovisual en dispositivos móviles según los estudios de Galindo (2005, 2012), indican algunas de las pautas que se deben tener presentes en la realización de contenido para la cuarta pantalla, que es expuesta en el estado del arte.

En el grupo focal se realizaron dos preguntas más para conocer cuál es el tipo de producción óptima para ser vista en dispositivos móviles y se parte de las dos clases de muestras analizadas: las producidas con dispositivos móviles y las diseñadas para dispositivos móviles. De ahí que, al preguntarle a los asistentes del grupo focal si, ¿alcanzaron a diferenciar cuáles eran los contenidos de ficción que fueron producidos con dispositivos móviles y los diseñados para la cuarta pantalla con equipos profesionales?, hubo una indecisión generalizada, porque no era claro cómo clasificar cada tipo de contenido audiovisual.

Por un lado, la mayoría manifestó que *La boca del León* era producida con dispositivos móviles, lo cual es cierto, pero nadie acertó en su pareja, que es *The other side*. Por otro lado, otro integrante del grupo focal manifestó que era evidente que *La boca del león* era una producción realizada con un *smartphone*, en ese contenido el dispositivo móvil está integrado dentro de la historia casi como un personaje del relato, pero también expresó que entre los otros tres contenidos, no había un elemento diferenciador como para atreverse a decir cuál es grabado con *smartphone* o cuál es diseñado para la cuarta pantalla.

Así pues, los que se atrevieron a conformar una pareja para el tipo de muestras producidas con dispositivos móviles, manifestaron que son *La boca del león* y *El gran día de los feos*, por la manera que empleaban los planos y las ópticas. Además, postularon *La boca del león* y *Talión*, a lo que un integrante comentó, que estas pertenecían a la producción con dispositivos móviles, porque las otras se ven muy elaboradas o profesionales, siendo estas dos muestras las que menos calidad visual tienen.

Nabil Chaaban Antón director de *El gran día de los feos* hizo una alusión en la entrevista al aspecto de la calidad de los contenidos producidos con dispositivos móviles, cuando dijo que los *smartphones* han alcanzado una gran calidad en la grabación en video, pero nunca lograrán la calidad de un contenido audiovisual realizado con una cámara profesional. De ahí que se haya confundido la serie *Talión* (B1), por su baja calidad, como un contenido realizado con *smartphone* y en realidad fue diseñado para la cuarta pantalla; es decir, podría estar en el imaginario, que los contenidos producidos con baja calidad técnica son los realizados con *smartphone* y eso no es correcto, pues con dispositivos móviles también puede lograr una gran calidad visual.

Hubo un momento en el grupo focal, en que los participantes manifestaron que tenían curiosidad de conocer cuáles contenidos eran producidos con dispositivos móviles y cuáles son los diseñados para la cuarta pantalla, ahí que se haya procedido a comentar qué contenidos pertenecían a los dos tipos de muestras y hubo cierto asombro, cuando les quedó claro que *The other side* era producida con un *smartphone* por la calidad técnica del cortometraje y también se asombraron cuando conocieron que la serie *Talión* era diseñada para la cuarta pantalla por su baja calidad, la historia poco atractiva y también porque un integrante del grupo expresó que manejaba un lenguaje muy televisivo.

Luego, para poder seguir con la segunda pregunta y así conocer el tipo de producción óptima para ser vista en dispositivos móviles, era necesario que los

integrantes del grupo focal estuvieran seguros de que *La boca del león* y *The other side*, pertenecen a las producciones realizadas con dispositivos móviles y las series *Talión* y *El gran día de los feos*, a la producción diseñada para la cuarta pantalla.

Pues bien, a la pregunta: ¿cuál de los dos tipos de producción audiovisual (la realizada con dispositivos móviles o con equipo de producción profesional) creería que se vería mejor en una *tablet* y cuál en el *smartphone*?, hubo diversidad de respuestas, pues mencionaron que *La boca del león* se debía consumir en *tablets*, por el tipo de movimientos, pues en un *smartphone*, por el tipo de narrativa, era difícil de observar los detalles en una pantalla tan pequeña, mientras otro participante también se refirió a ese contenido e indicó que por el uso del lenguaje de forma precipitada en la *tablet*, pero de todas maneras el consumo es indiferente del tipo de dispositivo.

Otro participante del grupo focal manifestó, que los contenidos producidos con dispositivos móviles se ven mejor en un *Smartphone*, mientras los diseñados para la cuarta pantalla en *tablets*, pues los contenidos hechos con celulares al consumirse en *smartphones* aumentan la experiencia del usuario. Otro integrante del grupo dijo que al observar el vestuario, maquillaje y la fotografía en un *smartphone*, se pierden los detalles y por eso es mejor en una *tablet*, por su mayor tamaño de pantalla. Los demás participantes mencionaron que el consumo de las muestras observadas es indiferente si se hace en *smartphones* o en *tablets*, pues lo importante es que la historia se entienda.

Por otro lado, Conrad Mess director de *The other side*,, indicó en la entrevista que los contenidos que él realiza los hace para el consumo en Internet centrado en plataformas como YouTube y Vimeo, para que *The other side* se pueda observar tanto en dispositivos móviles como en televisores. El director además opinó, que en un teléfono móvil todo se ve bien si el contenido está bien realizado, porque la

pantalla es muy pequeña y se conserva la textura del cortometraje, de tal manera que es indiferente si se observa en una *tablet* o un *smartphone*.

Del análisis de esta subcategoría salen hallazgos importantes para la investigación, al indicar que tanto la producción de contenidos audiovisuales creados con dispositivos móviles, como los diseñados para la cuarta pantalla, son de un apto consumo para el entorno de las plataformas móviles y que no todo lo que se visualiza en un *smartphone* y una *tablet*, debe ser diseñado para el consumo en dispositivos móviles, porque lo importante es que la historia se pueda entender.

En el consumo de contenidos audiovisuales en dispositivos móviles, influye de manera determinante la cantidad de píxeles que tenga el dispositivo donde se observa el contenido, a tal punto que puede repercutir en la visualización de la información, que incluso puede ser una producción diseñada para el consumo en movilidad y opacar la lectura de la información por la baja calidad de la pantalla, al no ofrecer los niveles de color y contraste en los estándares HD y fullHD.

Además, es difícil diferenciar a primera vista cuándo un contenido de ficción es producido con *smartphones* o *tablets* y cuándo es diseñado para la cuarta pantalla, de lo que se deduce que los contenidos diseñados para el consumo en movilidad, distan un poco de lo planteado en la teoría consultada con lo práctico, al no haber elementos tan visibles que ayuden a diferenciarlos de los demás contenidos, que no sea el tiempo de duración de las ficciones, pues las diferencias en el uso del lenguaje audiovisual entre estos dos tipos de producción, pueden quedarse cortas para diferenciar el tipo de plataforma a la que van dirigida.

Se dice que para tener un lenguaje autóctono, los contenidos de ficción audiovisual diseñados para la cuarta pantalla, se deben distanciar de sus antecesores audiovisuales como la televisión y el cine, para configurar el propio, pero todavía no hay diferencias radicales para establecerla, porque en los

contenidos analizados no se hallaron avances radicales desde lo morfológico. Así que, para los participantes del grupo focal, que son profesionales en Comunicación Audiovisual o ciencias de la Comunicación, con experiencia en la producción de contenido en alguna de las etapas de producción, no les fue claro, desde su mirada, establecer qué muestra pertenecía a la producción diseñada para la cuarta pantalla o cuál era producida con *smartphone*.

Se encontró que en el consumo de contenido audiovisual en dispositivos móviles, no se discrimina los tipos de lenguaje audiovisual ni la manera cómo son producidas las ficciones observadas. Por consiguiente, el consumo de contenidos audiovisuales entre un *smartphone* y una *tablet*, se puede realizar teniendo presente, que entre más grande la pantalla, es más cómodo el consumo y menos esfuerzo visual realiza el espectador, para realizar la lectura de la información.

En suma, el lenguaje audiovisual y la narrativa permiten múltiples maneras de contar una historia, por lo tanto no se deben limitar las posibilidades expresivas del lenguaje audiovisual y subordinarlas a una plataforma. El lenguaje audiovisual en el actual contexto de producción de contenidos para la cuarta pantalla, siempre se va a referenciar por el audiovisual tradicional, es por eso que se debe adaptar el lenguaje de acuerdo a las necesidades del entorno móvil, porque abarca muchas corrientes, estilos, géneros y escuelas, que van a ser un punto de referencia en la creación de contenidos y a partir de ahí, cada contenido podrá transmitir sensaciones y perspectivas que no serán coartadas por las limitaciones que presentan los dispositivos móviles, en el momento del consumo de contenidos.

A partir de lo mencionado, quedó claro que el consumo de contenidos en dispositivos móviles se podía realizar desde *smartphones* y *tablets* por igual, aunque la *tablet* permite al espectador un mayor nivel de lectura de los detalles que en el *smartphone*. Por tal motivo, se preguntó en el grupo focal si, ¿se debería usar un lenguaje audiovisual específico en la producción de contenidos audiovisuales para *tablets* y otro para *smartphones* para hacerlo más óptimo por

dispositivo?, las respuesta generalizada fue no, porque debería haber un lenguaje con un común denominador para los dos dispositivos móviles. Además, se planteó que no se justifica hacer dos tipos de producción, porque desde lo económico implicaría más gastos de producción.

En consecuencia, se reformuló la pregunta anterior, situación que no estaba prevista en el desarrollo del grupo focal, al relacionarla con la manera en que son creadas las aplicaciones móviles, pues si ponemos como ejemplo Facebook tiene una aplicación Web para ordenadores, una aplicación para *tablets* y otra para *smartphones*, tres aplicaciones diferentes entre sí, debido a que están adaptadas por cada dispositivo de acuerdo al tamaño de las pantallas y al número de pixeles del dispositivo.

De ahí que se les preguntara si, ¿se debería adaptar el lenguaje audiovisual desde la postproducción para *tablets* y *smartphones* como se hace en la aplicaciones móviles como Facebook?, las respuestas fueron pocas al respecto pero sobresale la de un participante que manifestó que podría funcionar, desde que se planifique desde el inicio de la producción, que el material audiovisual va a ser exhibido en dos tipos de dispositivos móviles diferentes, para poder trabajar con el material. Otro participante dijo que se podría usar el lenguaje audiovisual en una historia por el tamaño de la pantalla de los dispositivos y grabar elementos comunes a las *tablets* y *smartphones*, pero lo importante es saber que desde lo narrativo, esta adaptación del lenguaje funciona para la exhibición en los dos dispositivos.

En la entrevista a Nabil Chabaan comentó, en cuanto al uso de un lenguaje diferente para *tablets* y otro para *smartphones*, para hacerlo más óptimo por dispositivo, que eso no se debía forzar, porque eso se genera de manera natural y lo importante en la producción de contenido para dispositivos móviles, es que el usuario siga la historia de manera cómoda.

La idea de adaptar los contenidos audiovisuales entre los diferentes dispositivos de consumo para la cuarta pantalla, se debe a maximizar la experiencia del usuario en cada plataforma, pues en las *tablets*, por ejemplo, se podrían usar planos más abiertos con una adecuada duración, dado que el tamaño de la pantalla permite realizar la lectura de información con más detalles. Mientras en dispositivos de reducida pantalla se usarían planos cerrados, puesto que la pantalla no permite la lectura de un plano compuesto por muchos elementos. Desde la edición es viable poder realizar el montaje por tipo de dispositivo, que buscaría optimizar la experiencia del espectador tanto en *tablets* como *smartphones*.

VI

Conclusiones

- Aunque aluden a tipos de producción diferentes, las muestras *The other side* y *El gran día de los feos*, son consideradas como contenidos con la mejor adaptación en cuanto a aspectos morfológicos y expresivos frente al consumo en dispositivos móviles; esto, partiendo de los parámetros de las investigaciones propuestas por Galindo (2005), Morales (2011) y Velásquez (2012). En consecuencia, se deduce que no todos los contenidos de ficción producidos con dispositivos móviles son necesariamente historias aptas para el consumo en la cuarta pantalla, tal y como sucede con *La boca del león*. Asimismo, por el hecho de que un contenido audiovisual se distribuya de modo exclusivo en el entorno móvil, no quiere decir que su lenguaje esté adaptado a las necesidades del medio, como sucede con el primer capítulo de la serie *Talión*.
- Cabe anotar que, los contenidos de ficción producidos con dispositivos móviles son diferentes a los contenidos diseñados para dispositivos móviles; pues durante la etapa de producción, es necesario utilizar aplicaciones móviles y *gadgets* que al tiempo, le otorgan funcionalidades al *smartphone* de cámara profesional, y que difieren de las preestablecidas. No obstante, el uso de aplicaciones como *Filmic Pro*, trae consigo limitantes en el empleo del lenguaje audiovisual, ya que se deben evitar tanto los movimientos bruscos de la cámara como los desplazamientos apresurados de los personajes en el espacio escénico, para no repetir frames.
- Los contenidos producidos con dispositivos móviles, necesitan pasar por un proceso de postproducción más elaborado que aquellos que son diseñados para la cuarta pantalla, tal y como se refleja en *La boca de león* y *The other*

side, con el propósito de lograr una calidad final similar al de una cámara profesional.

- Mientras que, el proceso de postproducción de los contenidos diseñados para la cuarta pantalla, exige en su montaje la articulación de las unidades básicas del lenguaje audiovisual (en una estructura clásica), para brindarle un ritmo a la historia que además, le permita al espectador un tiempo de lectura adecuado de la información contenida en cada plano.
- En general, se considera que el lenguaje audiovisual de las muestras producidas con dispositivos móviles y de los contenidos diseñados para la cuarta pantalla, no es tan experimental ni mucho menos tiene tanta libertad narrativa, así como lo suponen autores como Galindo (2005), Morales (2011) y Velásquez (2012).
- Además, se infiere que tanto las muestras producidas con dispositivos móviles como las muestras diseñadas para la cuarta pantalla, analizadas en esta investigación, no proyectan un estilo narrativo con una identidad propia (si se parte desde la concepción de su lenguaje), por lo que la base de sus lenguajes se encuentra exclusivamente en la televisión y el cine.
- Sin embargo, cabe anotar que las muestras producidas con dispositivos móviles, se relacionan con el lenguaje del cine, lo que se evidencia en aspectos como: la exploración de géneros propios del séptimo arte; las historias dejan elementos al azar desde la concepción del guión, concluyen en finales abiertos, evitan el diálogo constante y las situaciones reiterativas. Por el otro lado, los contenidos diseñados para la cuarta pantalla, parten de un género exclusivo de la televisión, en el que se le da prioridad al diálogo de los personajes para explicar todo lo que sucede y que además, se inclina a terminar en finales cerrados.

- Entre las características del proceso de sonorización de la producción de contenidos generados con móviles, se encontró que el audio no es grabado en el dispositivo en el momento del rodaje y por lo tanto, esta producción requiere de equipos de grabación profesional; para luego ser sincronizado con la imagen durante la edición, con lo que se pretende elaborar una mejor pieza sonora y alcanzar una calidad igual o superior a los contenidos de ficción diseñados para dispositivos móviles.
- En ambos tipos de contenidos, se emplean los recursos sonoros de manera homogénea, es decir que, no presentan saturación permanente entre los diversos elementos auditivos, lo que permite al espectador una rápida interpretación del sonido. Por lo tanto, se considera que es clave desde el aspecto auditivo, tener en cuenta el contraste entre música, efectos, diálogos, silencios..., para un mejor consumo. No obstante, para optimizar la experiencia del usuario en la recepción sonora de los contenidos audiovisuales en dispositivos móviles, es recomendable el uso de auriculares para que el espectador no se pierda de ningún detalle en la recepción de estos recursos, que tienen tanto valor como la imagen.
- Dentro de los recursos narrativos en la producción de contenidos diseñada para dispositivos móviles, se privilegian las historias con un orden temporal lineal, en las que se mantiene por lo general, un diseño narrativo basado en la poética de Aristóteles, usado con frecuencia en las estructuras televisivas. Mientras que, en las muestras producidas con dispositivos móviles, particularmente en *The other side*, el diseño narrativo cuenta con elementos de las mini tramas, característico del guion cinematográfico.
- En los contenidos analizados, los personajes como recurso narrativo son simples y no presentan grandes transformaciones psicológicas desde su caracterización, lo que implica una fácil interpretación del espectador, de

elementos como: las motivaciones, objetivos y metas del personaje, que aluden a conflictos externos, entre otros.

- El vestuario y el maquillaje, como recursos narrativos en la producción diseñada para la cuarta pantalla, aportan información detallada sobre los rasgos psicológicos de los personajes, y a su vez, ayudan al espectador a realizar una mejor lectura de la información contenido en el encuadre. Así pues, representan un complemento de la composición fotográfica, ya que permiten que los personajes sobresalgan por medio de saturación o contraste en el plano, como sucede en las muestras *The other side* y *El gran día de los feos*. De esta manera, se recomienda que el vestuario y el maquillaje sean simples y no muy elaborados, pues se respalda la idea de una puesta en escena minimalista en los contenidos diseñados para la cuarta pantalla.
- Se considera que, el consumo de contenidos de ficción diseñados para el entorno móvil, debe inducir de modo natural a los realizadores de contenidos, al uso de planos de larga duración, pocos movimientos físicos de cámara, así como a la implementación de iluminación y sonido contrastado, debido al tamaño reducido de las pantallas y al tipo de recepción sonora (que se caracteriza por el consumo en múltiples espacios) de estos dispositivos. Sin embargo, las características mencionadas, no deben coartar las capacidades expresivas del lenguaje audiovisual ni su capacidad narrativa en la ficción para la cuarta pantalla.
- Finalmente, se considera que desde la postproducción, es posible adaptar una producción audiovisual diseñada para la cuarta pantalla, es decir, para el consumo en *tablets* y en *smartphones*, debido a que desde la edición y el montaje, se pueden recortar planos y cerrarlos, así como desenfocar fondos y de esta manera, otorgar una profundidad de campo; también saturar y

contrastar colores y sonidos, además de minimizar los movimientos bruscos de cámara y ralentizar los movimientos físicos de la misma.

VII

RECOMENDACIONES

Esta investigación es un acercamiento a un tema del que poco a poco se adquiere conocimiento, de modo que se pueda identificar lo más detallado posible el lenguaje audiovisual de los contenidos de ficción para la cuarta pantalla, pues es de interés para los productores y los realizadores audiovisuales inmersos en la industria de contenidos, conocer qué elementos del entorno móvil limitan o maximizan el lenguaje audiovisual, para generar historias adaptadas en dispositivos móviles.

El desarrollo de aplicaciones para el medio móvil demanda de software cada vez más especializado, por eso también es necesario que el contenido audiovisual sea cada vez más enfocado a la plataforma de destino. Por lo tanto se recomienda:

- Explorar los nuevos contenidos que van surgiendo en el mercado, para la caracterización de nuevos elementos estéticos, que se deriven de tecnologías en 3D y en hologramas, que aunque no están masificadas en la actualidad en la plataforma móvil, merecen un seguimiento exhaustivo para estudios referentes a lo estético.
- Efectuar un rastreo de aplicaciones *Web* y móviles al servicio de la realización de video en las tres etapas de producción, para la generación de contenidos audiovisuales *Web* en dispositivos móviles y de televisión.
- Estudiar la aplicación de los hallazgos de esta investigación al *e-learning*, al video *marketing*, al video publicitario y a los formatos de entretenimiento para el medio móvil, debido a la tendencia que implican los dispositivos móviles en los ámbitos sociales, culturales, educativos y comerciales.

- Averiguar cómo integrar los contenidos de ficción audiovisual diseñados para la cuarta pantalla en las nuevas narrativas *crossmedia* y *transmedia*, donde los contenidos permitan un modelo de comunicación digital interactivo con el *produsuario*.
- Indagar sobre los demás conceptos implícitos en la estética audiovisual enfocados al medio móvil, como la representación, la expresión y la evaluación, puesto que esta investigación se enmarcó en lo concerniente a la forma del lenguaje.

VIII

BIBLIOGRAFÍA

- Afán, A., Cruz, T. & García, D. (2012). El audiovisual en la telefonía móvil. En Pérez, J. (Coord.) *Estructura del mercado audiovisual: Resultados* (pp.277-291) Málaga, España: Grupo de investigación Eumed.net.
- Alberich, J. (2003). En tránsito 7.0: Apuntes para una estética de los entornos digitales. *Artnodes: revista de arte, ciencia y tecnología*, (2), p.1-7.
- Alcatel-Lucent (2012). *La generación de las tabletas lleva la red al límite de sus posibilidades: un estudio de los Bell Labs de Alcatel-Lucent muestra el impacto del gran aumento en el consumo de vídeo*. [Online] Revisado el 08 de junio de 2013, recuperado de: <http://bit.ly/152Y0gW>
- Alonso, L. E. (2007). Sujetos y Discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa. En J. M. Delgado y J. M Gutiérrez (Coord.). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales* (pp. 225-240). España: Editorial Síntesis.
- Antolín, R. (2012). *YouTube como paradigma del video y la televisión 2.0*. Tesis doctoral. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Universidad Complutense de Madrid. España.
- Arango G. & González, M. (2009). Televidencias juveniles en Colombia: fragmentación generada por un consumo multicanal. *Palabra Clave*, 12(2), p. 215-234.

- Araya, C. (2004). *Elementos de lenguaje audiovisual*. [Online] Revisado el 14 de octubre de 2014, recuperado de: http://perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/tpm-lenguaje_audiovisual.pdf
- Báez, J. & Pérez, T. (2009). *Investigación cualitativa*. Segunda edición. Madrid: ESIC Editorial.
- Boletín Trimestral de las TIC (2013). Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones. [Online] Revisado el 7 de febrero de 2014, recuperado de: http://colombiatic.mintic.gov.co/602/articles-3853_archivo_pdf.pdf
- Calvo, S., García, E. & Armas, Y. (2012). Implantación y tendencias de consumo de los medios de comunicación audiovisual tradicionales en Internet. En Pérez, J. (Coord.) *Estructura del mercado audiovisual: Resultados*. (pp.13-35) Málaga, España: Grupo de investigación Eumed.net.
- Carrillo, R. (2007). *Influencia de la estética de los objetos virtuales*. Tesis doctoral. Departamento de Historia de la Filosofía, Universidad de Barcelona. España.
- Casetti, F. & Di Chio, F. (1991). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- Castellanos, V. (2004). La Experiencia Estética En el Cine: Otros Trayectos en los Estudios Cinematográficos. En Goutman, A. (Edit.) *La experiencia estética en el cine, estética de la imagen, para leer el videoclip*. (pp. 7-40) México: FCPYS de la UNAM.
- Castellet, A. (2012). *El ecosistema del contenido móvil: actores, líneas de evolución y factores de disrupción*. Tesis doctoral. Facultad de Comunicación y Documentación, Universidad de Murcia. España.

Castro, C. (Coord.) (2008). *Industrias de contenidos en Latinoamérica*. Informe sobre Industrias Creativas en América Latina y el Caribe. Argentina: eLAC.

Cinemanía (2012). Los 22 elementos de un buen guion según Pixar. [Online] Recuperado el 17 de marzo de 2015, de: <http://cinemania.es/noticias/los-22-elementos-de-un-buen-guion-segun-pixar/>

Conrad, M. (2013). "The Other Side" (Easter egg at the very end). [Vídeo] Disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=t55WL56IKP4>

De Certeau, M. (1990). *La invención de lo cotidiano*. Primera edición en español. México: Universidad iberoamericana.

Díaz, E. (2005). *Pintando con la luz Foto, Cine y Video*. México: Universidad Anáhuac.

Díaz, R. (2009). El video en el ciberespacio: usos y lenguaje. *Comunicar*, 33 (18), p. 63-71. doi.org/10.3916/c33-2009-02-006.

EGEDA (2013). *Panorama audiovisual latinoamericano*. España: EGEDA.

El Sector de los Contenidos Digitales en España (2012). *Informe Anual 2011*. [Online] Recuperado el 16 de febrero de 2013, de: https://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/presentacion_informe_contenidos_digitales_edicion2012.pdf

Galindo, L. (Coord.) (1998). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México: Pearson educación.

Galindo, F. (2005). El audiovisual en la telefonía móvil 3G. Consideraciones formales para una comunicación eficaz. *ZER*, 10(19), p. 127-143.

Galindo, F. (2012). Contenidos audiovisuales para smartphones. Análisis de usabilidad y adecuación al medio. *Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 9 (3), p. 63-82.

Gallego, A. (2009). *Fragmentación, microcine y reciclaje de experiencias: Producción audiovisual en la era de los dispositivos móviles*. [Online] Revisado el 18 de abril de 2014, disponible en: http://www.academia.edu/216082/Fragmentaci%C3%B3n_microcine_y_reciclaje_de_experiencias_Producci%C3%B3n_audiovisual_en_la_era_de_los_dispositivos_m%C3%B3viles

García, A. (2013). "La boca del León" (El primer exorcismo telefónico). [Video] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=acAQi5Wzpsw>

García, et al (2010). Una aproximación al concepto de frontera virtual. Identidades y espacios de comunicación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. p. 214-221. doi.org/10.4185/rlcs-65-2010-894-214-221.

García, F., Gértrudix, M., & García, M. (2009). Nuevos modelos de representación audiovisual narrativa codificada en soportes de movilidad. En De aguilera, M. & Meere, M. (Coords.), *Una tele en el bolsillo. La televisión en el teléfono móvil: contenidos, formatos, audiencias* (pp. 17- 41). España: Circulo de estudios visuales AdHoc.

García, J. (1993). *Narrativa audiovisual*. Madrid: Cátedra.

García, J. (2013). Infoexplosión. Nuevas estrategias de gestión de la información. *Telos*, 95, p. 1-6. Disponible en: http://telos.fundaciontelefonica.com/seccion=1268&idioma=es_ES&id=2013062110110001&activo=6.do

Gómez, F. (2010) El análisis del texto filmico. Significación y sentido. España: Sangri-la Ediciones.

Gómez, E. (2012). La fotografía digital como una estética sociotécnica: el caso de la Iphoneografía. *Aisthesis*. 52 , p. 393-406. doi.org/10.4067/s0718-71812012000200020.

Guarinos, V., & Gordillo, I. (2010). *El microrrelato audiovisual como narrativa digital necesaria*. In Cisti 2010. IX Conferencia Iberoamericana en Sistemas, Cibernética e Informática (CISCI 2010). 7º Simposium Iberoamericano en Educación, Cibernética e Informática. Orlando, Florida, USA. Cisci. International Institute of Informatics and Systemics.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Editorial Mc Graw Hill.

Herrera, S. & Fennema, M (2011). *Tecnologías móviles aplicadas a la educación superior*. XVII Congreso Argentino de Ciencias de la Computación. La plata, Argentina, p.620-630.

IAB (2013). *Top tendencias mercado*. [Online] Recuperado el 16 de febrero de 2013, de:
<http://www.iabspain.net/wpcontent/uploads/downloads/2013/01/IAB-Top-Tendencias-2013.pdf>

IDC (2013). *IDC Big Data y Business Analytics Forum 2013*. [Online] Recuperado el 25 de febrero de 2014, de: <http://idc-cema.com/eng/events/50534-idc-big-data-and-business-analytics-forum-2013>

Imagen audiovisual (2009). Tipos de ángulos de cámara. [Online] Recuperado el 25 de febrero de 2014, de: <http://imagenaudiovisual.es.tl/5-...La-Obra-de-Ficci%F3n-.-La-Grabaci%F3n-con-t-e2-cnica-Monoc%E1mara-...htm>

Informe Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información y el Conocimiento (2003). Ginebra 2003 - Túnez 2005. Primera fase. [Online] Recuperado el 16 de febrero de 2013, de: http://www.itu.int/wsis/documents/doc_multi.asp?lang=es&id=1161%7C0

Informe Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información y el Conocimiento (2005). Ginebra 2003 - Túnez 2005. Segunda fase. [Online] Recuperado el 16 de febrero de 2013, de: http://www.itu.int/wsis/documents/doc_multi.asp?lang=es&id=2266%7C0

Ipsos Napoleón Franco (2012). *Encuesta de consumo digital en Colombia* [Online] Recuperado el 16 de febrero de 2013, de: <http://www.slideshare.net/DiegoMolanoVega/encuesta-de-consumo-digital>

Islas, J. (2008). El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. *Palabra Clave*, 11 (1), p. 1-18.

ITE Educación (2007) Tipos de plano cinematográfico (punto de vista). [Online] Recuperado el 25 de febrero de 2014, de: http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/24/cd/m2_2/el_montaje.html

Jacques, A. (2005). *Estética del cine. Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. Primera edición. Buenos Aires: Paidós.

Ley N° 1341 del 30 julio de 2009 (2009). Congreso de la República de Colombia. [Online] Recuperado el 16 de febrero de 2013, de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=36913>

Ley N° 1556 del 9 de julio de 2012 (2012). Congreso de la República de Colombia. [Online] Recuperado el 16 de febrero de 2013, de: http://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/tramites_servicios/visas/archivos/ley155609072012.pdf

Ley N° 814 de 2003 (2003). Congreso de la República de Colombia. [Online] Recuperado el 18 de febrero de 2013, de: http://icau.mec.gub.uy/innovaportal/file/3377/1/Ley_cine_Colombia_814.pdf

Lizarralde, C (2011). Concepciones, comunicación y estética digital. *Revista Nexus Comunicación*, (9) p. 314-327.

Lizarralde, C., & López, A. (2012). La comunicación y la estética en los procesos de virtualización. *Signo y Pensamiento*, 31(59) p. 248-263.

Malhotra, K. (2004). *Investigación de Mercados. Un Enfoque Aplicado*. Cuarta Edición. México: Pearson Educación.

Marcel, M. (2002). *El lenguaje del cine*. Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A.

Martín, R. (2006). Análisis de contenido. Metodología de la investigación. [Online] Disponible en: https://www.uclm.es/profesorado/raulmmartin/Estadistica_Comunicacion/AN%C3%81LISIS%20DE%20CONTENIDO.pdf

Martínez, F. (2013). "Talión". [Video] Recuperado de: <http://www.talion.com.co/talion/smartphone/home/>

- McKee, R. (2009). *El guion. Sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. Segunda edición. Barcelona, España: Alba Minus Editorial.
- Miller, V. (2004). Stitching the Web into Global Capitalism: Two Stories. En: Gauntlett, D. y Horsley, R. (eds.), *Web Studies* (p. 171-183). Second edition, Londres: Arnold.
- Montero, Y. & Ortega, S. (2009). *Informe APEI sobre usabilidad*. Gijón: APEI, Asociación Profesional de Especialistas en Información.
- Morales, L. (2011). Migración hacia nuevas pantallas: transformaciones estéticas, narrativas en los productos de ficción para telefonía móvil y dispositivos personales en España. *Observatorio (OBS*)*, 5(1), p. 103-121.
- Morgan, D. (1998). *Focus groups as qualitative research*. Newbury Park, CA: Sage.
- Murolo, L. (2012). Nuevas pantallas: un desarrollo conceptual. *Razón y Palabra*, (80), p. 1-13.
- Nafría, I. (2007). *Web 2.0. El usuario nuevo rey de la Internet*. Cuarta edición. Barcelona, España: Gestión 2000.
- Piñuel, J. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Sociolinguistic Studies*, 3(1), p. 1-42.
- Plan Nacional de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2008). Ministerio de Comunicaciones de Colombia. [Online] Recuperado el 14 de febrero de 2013, de: <http://www.eduteka.org/pdfdir/ColombiaPlanNacionalTIC.pdf>

Plan vive digital (2010). Ministerio de Comunicaciones de Colombia. [Online] Recuperado el 20 de febrero de 2013, de: http://es.slideshare.net/Ministerio_TIC/vive-digital-11373367

Política de promoción de la industria de contenidos digitales (2011). Ministerio de Comunicaciones de Colombia. [Online] Recuperado el 16 de febrero de 2013, de: <http://www.vivedigital.gov.co/foros/contenidos/PoliticaContenidosDigitales.pdf>

Pulecio, E. (2009). *El Cine: Análisis y Estética*. Bogotá: Ministerio de Cultura de la República de Colombia.

Ramírez, R. (2008). *El teléfono móvil y la vida cotidiana. Análisis de caso de las personas mayores en la ciudad de Barcelona*. Tesis doctoral, Departamento de Comunicación audiovisual y Publicidad, Universidad Autónoma de Barcelona. España.

Resolución N° 756 de 2007 (2007). Congreso de la República de Colombia. [Online] Recuperado el 16 de febrero de 2013, de: https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/Normograma/docs/resolucion_mincultura_0756_2007.htm

Revista P&M (2013). *Producción audiovisual en Colombia*. [Online] Recuperado el 19 de febrero de 2013, de: <http://www.revistapym.com.co/produccion-audiovisual-en-colombia>

Salaverría, R., & García, J. A. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Trípodos*, 23, p. 31-47.

- Sánchez, C. (2013). *Prácticas de consumo audiovisual en internet en estudiantes universitarios de la ciudad de Medellín (UPB, UDEA, POLITÉCNICO JIC, UDEM, EAFIT)*. Tesis de grado, Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, Colombia.
- Sánchez, J. (1999). Sincronía entre formas sonoras y formas visuales en la narrativa audiovisual. *Revista Latina de Comunicación Social*, 23, p. 1-14.
- Scolari, C. (2009). Alrededor de la(s) convergencia(s) conversaciones teóricas, divergencias conceptuales y transformaciones en el ecosistema de medios. *Signo y Pensamiento*, 28(54), p.45-55.
- Seel, M. (2007). Un paso al interior de la estética. *Estud.filos*, 36, p.117-131.
- Tesouro, D. & Chabaan, N. (2013). "El gran día de los feos" 01x01. [Video] La buena genética. Recuperado de: <http://www.youtube.com/watch?v=OpFx3j6sGQQ>
- Tramullas, J. (2003). Documentos y servicios digitales: de la usabilidad al diseño centrado en el usuario. *El profesional de la información*, 12(2), p. 107-110. doi.org/10.1076/epri.12.2.107.15472.
- Trías, B. (1949). *El objeto de la estética*. Actas del Primer Congreso Nacional de Filosofía. Mendoza, Argentina, tomo 3, p. 1553-1558.
- Tv y video (2005) Cuatro diferencias insalvables entre cine y video. [Online] Revisado el 17 de marzo de 2015, disponible en: <http://www.tvyvideo.com/200510313603/articulos/tecnologia/cuatro-diferencias-insalvables-entre-cine-y-video.html>

- Túnez, M. & Chillón, A. (2011). *La cultura a través de las plataformas de difusión online*. Confederación Iberoamericana de Asociaciones Científicas y Académicas de la Comunicación, Primer Congreso de Comunicación Iberoamericana. Sao pablo, Brasil, p. 1-19.
- Veciana, S. (2004). *Research arts: La intersección arte, ciencia y tecnología como campo de conocimiento de la acción*. Tesis doctoral, Facultad de Bellas Artes, Universidad de Barcelona. España.
- Velásquez, G. (2012). *Móviles de guerrilla. Procesos de autocomunicación, Lenguaje audiovisual en medios móviles y su aplicabilidad didáctica en pedagogías alternativas. Estudio de caso en el Colegio Colombo Francés de Medellín – Colombia*. Tesis doctoral, Facultad de comunicación Blanquerna , Universidad Ramón lull. España-Colombia.
- Vera, M (2009). Televisión, estética y video clip: la música popular hecha imagen. *Palabra Clave*, 12 (2), p. 245-265.
- Villa, M. (2011). *Producción cross-media: El caso de Televisió de Catalunya*. Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona. España.
- Vizcarra, F. (2002). Lo artístico y lo industrial en la estética del cine una propuesta de investigación. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 8(15), p. 113-135.
- Voces, R. (2008). El contenido audiovisual: otro reto para la accesibilidad web. *Textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, (21), p. 1-13.
- Web video Chefs (2013). Comparación entre el video en bruto y el producto final en la muestra *The other side*. [Online] Recuperado el 18 de noviembre de

2014, de: <http://www.webvideochefs.com/conrad-mess-shares-mobile-filmmaking-secrets/>

YouTube (2013). Estadísticas de la sala de prensa. [Online] Recuperado el 16 de febrero de 2013, de: <http://www.youtube.com/yt/press/es/statistics.html>

IX

ANEXOS

Anexo 1: Fotografías del grupo focal



Fuente. Carolina Delgado Mesa



Fuente. Carolina Delgado Mesa

Anexo 2. Audio del grupo focal

Rojas, E. (2014). Audio grupo focal. Disponible en: <http://goo.gl/UBJFbl>

Anexo 3: Planilla de análisis de contenido audiovisual (Categoría 1)

4.5.2.1. Plantilla de análisis de los contenidos audiovisuales									
Nº	Categoría	Ítem	Muestras A		Muestras B		Observaciones		
1	Categoría 1: Aspectos morfológicos y expresivos	1.1 Recursos visuales	Contenido	1. La boca del león	2. The Other Side	3. Talión	4. El gran día de los feos		
			Duración plano						
			Angulo de la toma						
			Fijo o móvil / plano secuencia						
			Escala						
			Profundidad de campo						
			Definición de la imagen						
			Movimientos físicos de cámara						
			Movimientos ópticos						
			Iluminación						
		1.2 Recursos sonoros	Propiedad de los colores						
			Tonalidad de los colores						
			Materiales de la expresión sonora						
			Sonido						
			Relación entre sonido e imagen						

2

Categoría 1: Aspectos morfológicos y expresivos

Categoría 1.2 Recursos

sonoros

- Registro de sonido
- Tipo de música
- Efectos
- Duración plano
- Angulo de la toma
- Fijo o móvil / plano secuencia
- Escala
- Profundidad de campo
- Definición de la imagen
- Movimientos físicos de cámara
- Movimientos ópticos
- Iluminación
- Propiedad de los colores
- Tonalidad de los colores
- Materiales de la expresión sonora
- Sonido
- Relación entre sonido e imagen
- Registro de sonido
- Tipo de música
- Efectos

Categoría 1.1 Recursos visuales

Anexo 4: Planilla de análisis de contenido audiovisual (Categoría 2 y 3)

4.5.2.2 Plantilla de análisis de los contenidos audiovisuales						
Categoría	Ítem	Muestras A		Muestras B		Observaciones
	Contenidos	1. <i>La boca del león</i>	2. <i>The Other Side</i>	3. Tal ión	4. El gran día de los feos	
Aspectos generales	Formato					
	Calidad disponible en YouTube					
	Duración					
	Peso					
	Tipo de producción					
	Género					
	Diseño narrativo					
	Orden temporal					
	Tiempo externo o histórico					
	Tiempo interno					
Categoría 3: Puesta en escena y recursos narrativos 3.1 Puesta en escena	Atmósfera					
	Nº escenas					
	Escenas de día					
	Escenas de noche					
	Escenas en exteriores					
	Escenas en interiores					
	Promedio duración escenas					
	Encadenamiento de las escenas					

Categoría 2. Postproducción

	Tipo de locaciones
3.2 Categoría Recursos narrativos	Nº de personajes
	Tipo de personajes
	Maquillaje
	caracterización
	Papel del pp como personaje
	Papel del pp como actante
	Papel del pp en función del rol
Aspectos sintácticos	Estilo de montaje
	Ritmo
	Cortes
	Tipo de transición
	Efectos
	Subtítulos
	Tamaño del texto
	Color
	Texto dentro del audiovisual
	Tamaño del texto
Otros	Color
	Créditos
	color
	Tamaño del texto

Anexo 5: cuestionario de la entrevista con Conrad Mess

Entrevista semiestructurada

(Duración 45 min.)

1. ¿Qué proyección le ve a la industria de contenidos audiovisuales producidos con *smartphones*?
2. ¿Por qué utilizar un *smartphone* como cámara?, ¿cuáles son sus ventajas y desventajas?
3. ¿En el entorno de producción de contenidos audiovisuales, es fácil encontrar apoyo financiero cuándo se graba con un dispositivo móvil?
4. ¿Cuánto fue el costo de producción de *The other side*?
5. ¿Al grabar un contenido audiovisual con un *smartphone*, se utiliza alguna tipología de plano en especial?
6. ¿Cuándo se graba video con un dispositivo móvil, se presentan limitaciones con los movimientos físicos de cámara?
7. ¿Por qué los planos en *The other side* tienen una duración tan corta?
8. ¿Cómo logra tanta calidad de imagen en los cortometrajes producidos con un *smartphone*?
9. ¿Qué importancia tiene la postproducción en la generación de contenido audiovisual con dispositivos móviles?

10. ¿Por qué en sus cortometrajes hay tendencia a usar tan pocas locaciones?, ¿esa limitación de escenarios está en función de narrar con un dispositivo móvil?

11. ¿Qué característica tiene la musicalización y los efectos sonoros en la producción de contenido audiovisual grabado con un *smartphone*?

13. ¿En el contenido audiovisual grabado con *smartphone*, se debe privilegiar solamente la acción o el diálogo del personaje?, ¿o es indiferente del dispositivo de grabación?

14. ¿Por qué la preferencia en el uso de efectos especiales en los cortometrajes que realiza con dispositivos móviles?

15. ¿Para qué plataforma mediática están dirigidos los cortometrajes que realiza con *smartphone*?

16. ¿Los cortometrajes producidos con *smartphone*, se pueden observar en óptimas condiciones en dispositivos móviles?

17. ¿Se puede adaptar el lenguaje audiovisual de los contenidos dirigidos para la cuarta pantalla?

18. ¿Es igual el empleo del lenguaje audiovisual cuando se usa una cámara profesional y un *smartphone* al grabar video?

Anexo 6: entrevista con Conrad Mess

Rojas, E. (2014). Entrevista Conrad Mess. Disponible en: <http://goo.gl/O0eT0X>

Anexo 7: cuestionario para la entrevista con Nabil Chaaban

Entrevista semiestructurada

(Duración 17 min.)

1. ¿Cuáles son las diferencias esenciales en el empleo del lenguaje audiovisual al realizar contenido para dispositivos móviles y para la televisión?
2. ¿Cuál la característica principal de la duración y la composición de los planos de *El gran día de los feos*?
3. ¿Es intencional que en la primera escena del capítulo uno de *El gran día de los feos* se combine desde el montaje un plano abierto y uno cerrado?
4. ¿*El gran día de los feos* está adaptado para ser consumo desde cualquier dispositivo móvil, incluso en pantallas inferiores a 3.5 pulgadas?
5. ¿La puesta en escena, el uso del color y la ambientación de *El gran día de los feos* está en función de narrar una historia para dispositivos móviles?
6. ¿En la realización de *El gran día de los feos* se utiliza algún tipo de óptica de manera especial?
7. ¿Por qué realizar una serie para dispositivos móviles?
8. ¿Cuánto fue el costo total de la producción de *El gran día de los feos*?
9. ¿Es recomendable producir escenas con ausencia de luz en los contenidos diseñados para la cuarta pantalla, conociendo que su consumo se puede realizar

en sitios con mucha exposición de luz, lo que produce reflejos en la pantalla y no permite observar plenamente los detalles del plano?

10. ¿Qué valor tiene la postproducción en la producción de contenidos diseñados para la cuarta pantalla?

11. ¿Cuáles son los principales rasgos de la sonorización de *El gran día de los feos*? ¿Los elementos sonoros están adaptados para el consumo sin audiófonos?

12. ¿Cuál cree que sería la diferencia de producir un contenido audiovisual para la cuarta pantalla con una cámara profesional y con un *smartphone*?, ¿esto incide en la fotografía, en la postproducción o en otro factor?

13. ¿Se debería usar un lenguaje audiovisual diferente en la producción de contenido para *tablets* y otro para *smartphones*, para hacerlo más óptimo por dispositivo?

Anexo 8: entrevista con Conrad Mess

Rojas, E. (2014). Entrevista Conrad Mess. Disponible en: <http://goo.gl/eajSr0>