

**INVESTIGACIÓN TRANSMEDIA EN COLOMBIA: ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN,
CIRCULACIÓN Y EXHIBICIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN
PLATAFORMAS DIGITALES DE 2012 A 2018.**

**Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos
audiovisuales multiformato.**

Proyecto ganador del estímulo investigación en cinematografía FDC 2018.

Investigadora: Ana Teresa Arciniegas Martínez.

Colombia

2019



-CNACC-FDC-



**INVESTIGACIÓN TRANSMEDIA EN COLOMBIA: ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN,
CIRCULACIÓN Y EXHIBICIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN
PLATAFORMAS DIGITALES DE 2012 A 2018.**

**Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos
audiovisuales multiformato.**

Ana Teresa Arciniegas Martínez. Investigadora principal.

Norberto Fabián Díaz Duarte. Asistente de investigación y corrector de estilo.

Miguel Pardo Uribe. Asistente de investigación.

José Jaime Luis Tang Pinzón. Diseñador repositorio web.

Proyecto ganador del estímulo investigación en cinematografía FDC 2018.

Colombia

2019



-CNACC-FDC-



TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	7
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	9
OBJETIVO GENERAL	9
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
METODOLOGÍA	10
PRIMERA ETAPA	11
Recolección de datos.....	11
Visualización completa de los proyectos transmedia.....	11
SEGUNDA ETAPA	11
Definición de documentos y matrices de análisis.....	11
Realización de entrevistas, encuestas y grupos focales.....	11
TERCERA ETAPA	12
Escritura del texto.....	12
Repositorio digital.....	12
CUARTA ETAPA	12
Estrategia de socialización.....	13
CAPÍTULO 1 COMPONENTE TEÓRICO	15
1.1 Estado del arte investigación sobre transmedia en Colombia	15
1.2 Bases teóricas	16
1.2.1 Del multimedia, al hipermedia	17
1.2.2 Multiplataforma, crossmedia y transmedia	20
1.2.3 Narraciones transmedia, la expansión del universo	26
1.2.4 Convergencia cultural, la nueva ecología de medios	28
1.2.5 La navegación, el guion del arquitecto transmedia	29
1.2.6 Planificando la experiencia transmedia	30

1.2.7 El design thinking, más que una metodología, una herramienta para la co-creación de universos transmedia.....	32
1.2.8 La experiencia del usuario	35
1.2.9 El nuevo concepto de audiencias, los prosumidores	41
1.2.10 El mercado de contenidos, posibilidades de circulación y distribución del transmedia.....	44
CAPÍTULO 2 COMPONENTE PRÁCTICO.....	47
2.1 Descripción de antecedentes, contexto y situación actual del transmedia en Colombia	47
2. 2 Matriz de análisis proyectos transmedia realizados en Colombia entre 2012 - 2018	56
2.2.1 Género audiovisual y temáticas.....	58
2.2.3 Productos expandidos por disciplina	59
2.2.4 Tipos de productos expandidos	60
2.2.5 Formas de interacción de las obras transmedia	61
2.2.6 Circulación nominaciones y premios	62
2.2.7 Fuentes de financiación de nuevos medios en Colombia.....	63
2.2.8 Espacios de exhibición y formación no formal de nuevos medios en Colombia	66
2.3 Caso de estudio.....	68
2.4 Trabajo de campo, grupos de enfoque y entrevistas en profundidad.....	69
2.4.1 Grupo focal 1 Realizadores y/o productores ganadores de estímulos y convocatorias.....	71
2.4.1.1 Equipos interdisciplinarios	71
2.4.1.2 Guion de navegación o interacción.....	72
2.4.1.3 Tipo de transmedia, formas discursivas del relato transmedial	73
2.4.1.4 Audiovisual como eje	73
2.4.1.5 Exclusión de productos offline.	74
2.4.1.6 Software utilizado en la creación de obras transmedia.....	74
2.4.1.7 Sostenimiento de los proyectos new media en internet	74
2.4.1.8 Derechos de autor	74
2.4.1.9 Financiación.....	75
2.4.2 Grupo focal 2 Autoridades del sector público que tienen relación con los estímulos de financiación	75
2.4.2.1 Autoridad Nacional de Televisión ANTV	76
2.4.2.2 Proimágenes.....	76

2.4.2.3 Fondo de desarrollo Cinematográfico FDC	77
2.4.2.4 Conexión transmedia (Ministerio TIC, Ministerio de Cultura, ANTV y Proimágenes)...	78
2.4.2.5 Bogotá Audiovisual Market BAM.....	79
2.4.2.6 Cinemateca IDARTES.....	80
2.4.2.6 Crea digital (Ministerio de Cultura y Ministerio TIC).....	80
2.4.3 Grupo focal 3 Profesionales del sector privado y profesionales del sector audiovisual que tienen relación con el mercado de contenidos digitales.	84
2.4.3.1 Mercado e industria.....	85
2.4.3.2 Financiación privada.....	85
2.4.3.3 Espacios de exhibición.....	86
2.4.3.4 Realidad Virtual	86
2.4.3.5 Formación de públicos y audiencias	87
2.4.3.6 Repositorio o canal de divulgación de nuevos medios	88
3.1 Conclusiones.....	90
3.2 Recomendaciones.....	94
<i>PLAN DE SOCIALIZACIÓN.....</i>	<i>98</i>
4.1 Espacios audiovisuales y académicos	98
4.2 Repositorio en línea.....	99
<i>LISTA DE REFERENCIAS.....</i>	<i>102</i>
<i>ANEXOS</i>	<i>106</i>
Anexo 1. Fichas técnicas 106 proyectos transmedia colombianos.....	106
Anexo 2. Matriz de análisis y sistematización.	106
Anexo 3. Soportes de las socializaciones realizadas.....	106
Anexo 4. Asistencias grupos focales.	106
Anexo 5. Consentimientos informados de los asistentes a los grupos focales.....	106

LISTA DE FIGURAS

figura 1 Mapa del mundo narrativo oficial y extraoficial de un sistema transmedia.....	24
figura 2 Modelo EDIPT	34
figura 3 Bases para el desarrollo del contenido líquido.....	41
figura 4 Modelo de comunicación transmedia	42
figura 5 El mito de la participación en la web	43
figura 6 Repositorio Transmedia en Colombia.....	100

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Metodología	13
Tabla 2 Proyectos Transmedia e interactivos en Colombia 2012 -2018	48
Tabla 3 Ejemplo de ficha técnica.....	55
Tabla 4 Síntesis matriz de análisis proyectos transmedia	56
Tabla 5 Espacios de coproducción y financiación de nuevos medios en Colombia.....	63
Tabla 6 Espacios de exhibición y formación no formal de nuevos medios en Colombia	67
Tabla 7 Listado casos de estudio, proyectos transmedia subvencionados por estímulos nacionales.....	68
Tabla 8 Trabajo de campo.....	70
Tabla 9 Socialización investigación transmedia	99

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Género audiovisual	58
Gráfico 2 Productos expandidos por disciplina	59
Gráfico 3 Tipos de productos expandidos	60
Gráfico 4 Formas de interacción de las obras transmedia	61
Gráfico 5 Obras transmedia premiadas en eventos nacionales e internacionales.....	62
Gráfico 6 Fuentes de financiación	63
Gráfico 7 Año de realización proyectos transmedia	66

INTRODUCCIÓN

Las narraciones audiovisuales están cambiando, el uso de internet, el empleo de nuevas tecnologías como la realidad virtual, la realidad aumentada y la oferta de productos audiovisuales en múltiples dispositivos están modificando la forma de realizar y exhibir los audiovisuales, abriendo así nuevas vías de producción, financiación y circulación. La tendencia global actual dentro la producción cinematográfica apunta al desarrollo de contenidos audiovisuales para nuevas plataformas digitales.

La irrupción de nuevos términos dentro del quehacer cinematográfico como: transmedia, new media, crossmedia, multiplataforma, audiovisuales expandidos, narraciones interactivas, narraciones no lineales, entre otros, han suscitado un interés general por comprender los conceptos y las características particulares de las propuestas a las que estos hacen referencia.

A este panorama se suma en el contexto nacional la aparición de convocatorias de diferentes combinaciones para desarrollar proyectos transmedia como *Conexión Transmedia Colombia* iniciativa promovida por el Fondo de Desarrollo Cinematográfico FDC, Proimágenes Colombia, el Ministerio de Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC, New Media y la extinta Autoridad Nacional de Televisión ANTV. Otras convocatorias como CREA digital, la convocatoria de Estímulos del Ministerio de Cultura para el desarrollo de proyecto de narración transmedia (dirigido a audiencia entre 12 – 15 años), la beca para el desarrollo de documental expandido y la beca de creación audiovisual con nuevos medios del Programa distrital de estímulos IDARTES también son iniciativas que están impulsando el desarrollo de contenidos multiplataforma.

Durante los últimos años hay un creciente número de audiovisuales transmedia realizados en Colombia. Sin embargo, aún no existen investigaciones sobre la producción audiovisual que se realiza para plataformas digitales y las particularidades del mercado, la falta de compilación de la información y análisis sobre los contenidos temáticos, los formatos empleados, los alcances, las

repercusiones, las formas de producción, la circulación y la exhibición de los productos realizados, dificulta evaluar el impacto y los resultados que tienen las propuestas transmedia dentro del sector cinematográfico colombiano.

La importancia de realizar esta investigación se sustenta en la necesidad de construir un documento que considere algunos cuestionamientos generales sobre los procesos de realización de los audiovisuales transmedia. Para esto resulto necesario analizar la manera en que se han construido los discursos, los conceptos y las prácticas referentes a la creación, el desarrollo y las especificidades del mercado al que apuntan las propuestas transmedia en el país.

Además de familiarizar al sector audiovisual con los conceptos transmedia, la investigación pretende poner en evidencia las variantes significativas del transmedia con el sistema de producción y realización cinematográfico tradicional. Resulta relevante entender el papel de la inmersión y de la interacción en las plataformas digitales. Así como comprender el rol del usuario o la audiencia dentro de los contenidos transmedia.

Es preciso señalar, que no existe un análisis previo riguroso sobre las crecientes propuestas transmedia que se han realizado en Colombia y resulta indispensable hoy poner en cuestión la producción, la circulación y la exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales. Asimismo, este estudio intenta dar continuidad a los pasos que los productores han venido dando para posicionar a Colombia en el panorama internacional de los contenidos digitales y hacer frente a los desafíos que depara el audiovisual.

Los proyectos transmedia hacen parte de un plan estratégico enfocado en los clústeres, el apoyo a la ruta de fortalecimiento empresarial y la consolidación de las plataformas comerciales networking o redes de contactos. Los transmedia podrían encontrar recursos y financiación en plataformas alternas a la sala de cine convencional, debido a que son proyectos con alto potencial de comercialización internacional.

En consecuencia, se han intentado poner en la justa medida esta suerte de coincidencias y necesidades para realizar un estudio que cohesione, una especie de sinergia, entre las

especificidades de la narración transmedia y sus posibilidades para el sector cinematográfico nacional.

La presente investigación tiene como antecedente la tesis doctoral que realizó la investigadora principal, para optar al Título de Doctora en Arte: Producción e Investigación de la Universidad Politécnica de Valencia en el 2016. La tesis doctoral se titula: *El documental interactivo como un instrumento educativo*, que obtuvo la mención Cum Laude. El estudio tenía por objetivo analizar las propuestas narrativas no lineales interactivas y transmedia realizadas en Colombia exclusivamente del género documental hasta el año 2016. Con el fin de ampliar el objeto de estudio en esta investigación se extendió el análisis a los géneros de ficción, animación y experimental. Además, se actualizó y amplió la información del género documental.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO GENERAL

Realizar una investigación sobre la producción, exhibición y circulación de los audiovisuales transmedia colombianos entre el periodo 2012 a 2018 en plataformas digitales, con el fin de identificar las condiciones y características del mercado y las audiencias a las que estos van dirigidos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Adelantar un primer estado del arte sobre los audiovisuales transmedia realizados en Colombia.
- Reconocer las particularidades técnicas y temáticas de las propuestas audiovisuales transmedia nacionales.
- Analizar la información cuantitativa y cualitativa recolectada a partir de la aplicación de instrumentos a los agentes e instancias involucrados en el desarrollo del transmedia y sus dimensiones en Colombia.
- Identificar los mecanismos, actores estatales y privados de apoyo a la producción y exhibición de obras audiovisuales transmedia.

- Establecer cuál es el panorama de la exhibición y la circulación digital de las obras transmedia, teniendo en cuenta los actores institucionales, las iniciativas del sector privado y las convocatorias de estímulos de desarrollo.
- Consolidar la información sobre el universo transmedia que revele las especificidades del mercado colombiano inherentes a su forma de producción, exhibición y circulación y su situación de competitividad respecto al producto extranjero transmedia.
- Analizar de acuerdo a las particularidades del mercado, las condiciones del consumo de las audiencias de productos transmedia en el país.
- Realizar recomendaciones que permitan fortalecer la ruta de producción, exhibición, circulación, mercado y formación de audiencias de los audiovisuales transmedia en Colombia.

METODOLOGÍA

La metodología empleada en el proyecto es cualitativa. En la primera fase del trabajo se recopiló la información en libros y fuentes como páginas web especializadas en el tema y en documentos de estudio. Se emplearon los métodos de la investigación cualitativa, marco teórico y muestreo, primero de manera inductiva y luego deductiva. Apelando a la recopilación de información, paralelo a una vigilancia epistemológica constante.

En la primera etapa de la investigación se hizo una revisión bibliográfica los artículos en línea, los textos y los enlaces que se relacionaban con el objeto de estudio. Paralelamente se realizó la revisión filmográfica, una visualización completa de todos los proyectos transmedia en internet, en total fueron 106 proyectos, aunque algunos no tienen un dominio o el enlace no está vigente se buscó ampliar la información general del proyecto en otras fuentes. Se construyó una base de datos que incluye todos los referentes consultables y se elaboró una ficha técnica por cada proyecto.

Durante la segunda etapa se hizo una selección y caracterización de fuentes, se clasificó la información con base en los ejes temáticos del texto final. Se elaboró una matriz de análisis, adicionalmente se realizaron entrevistas a profundidad y encuentros con tres grupos focales. La tercera etapa se destinó a la escritura de la investigación y evaluación de los resultados obtenidos

y complementariamente se realizó un repositorio online del proyecto. Finalmente, en una cuarta etapa, se realizaron las actividades de socialización, promoción y divulgación de carácter académico y en espacios especializados.

PRIMERA ETAPA

Recolección de datos

Con el objetivo de robustecer el estado del arte durante los primeros meses de la investigación se realizó un mapeo inicial de las fuentes disponibles para la realización de la presente investigación. Los documentos fueron agrupados y analizados de acuerdo a criterios que permitieron identificar diferentes perspectivas de abordaje. El levantamiento de información y recolección de fuentes secundarias se realizó sobre publicaciones académicas, otras fuentes en línea y sobre la documentación existente en repositorios de las convocatorias nacionales en el área transmedia.

Visualización completa de los proyectos transmedia

La naturaleza intrínseca de los audiovisuales, objeto de estudio, demandó la disposición de tiempo para la consulta del material en las diferentes plataformas y poder analizar el mismo. Las particularidades de los 106 proyectos transmedia realizados en Colombia entre 2012 a 2018 fueron descritas en una ficha por proyecto.

SEGUNDA ETAPA

Definición de documentos y matrices de análisis

Se establecieron los ejes temáticos y las herramientas conceptuales para la escritura del texto. Luego de visualizar y navegar por el material audiovisual se estableció la organización general del texto y los ejes temáticos con los que se desarrolla la investigación. Se creó una matriz de análisis que permitiera la estructuración de la investigación.

Realización de entrevistas, encuestas y grupos focales

Las entrevistas se realizaron a agentes relevantes para el objeto de estudio y además se convocaron una serie de encuentros con tres grupos focales: el primero conformado por los directores de los proyectos transmedia seleccionados, para definir de primera mano aspectos como influencias, metodologías aplicadas, relación con las plataformas, diseño, formas de financiación, circulación, entre otros aspectos.

La selección de los proyectos se realizó sólo con base en aquellos transmedia que han recibido estímulos de financiación por parte de Crea Digital, Estímulos del Ministerio de Cultura, Proimágenes, etc. (Entidades relacionadas en la Tabla 2. Espacios de coproducción, difusión transmedia en Colombia). Se hizo el muestreo sobre estos proyectos transmedia con el propósito de analizar la ruta de producción, circulación y exhibición de proyectos que han recibido apoyo para su desarrollo.

El segundo grupo focal estuvo conformado por autoridades del sector público y profesionales del sector audiovisual que tienen relación con los estímulos de financiación. El tercer grupo focal estuvo conformado por autoridades del sector privado y profesionales que tienen relación con el sector audiovisual con el objetivo de indagar sobre la caracterización del mercado de contenidos digitales y los potenciales usuarios.

TERCERA ETAPA

Escritura del texto

Se escribió el texto final de la investigación, análisis crítico y comparativo de los instrumentos y resultados obtenidos en las etapas 1 y 2 de la investigación. Posteriormente se realizó la corrección de estilo.

Repositorio digital

Como complemento al estudio escrito y como parte de la estrategia de socialización de la investigación, se diseñó y elaboró un repositorio online, alojado en internet, fuente de consulta permanente. Este repositorio digital redirige a las páginas de los proyectos.

CUARTA ETAPA

Estrategia de socialización

Los resultados de la investigación fueron socializados en 3 sectores relacionados con el quehacer audiovisual: el primero, fue en el sector cinematográfico; la segunda estrategia de socialización se desarrolló en espacios académicos en universidades con ponencias derivadas de los resultados de la investigación y finalmente; el tercer sector de difusión fue a través de Redes académicas y de conocimiento especializadas. El repositorio de los proyectos transmedia se mostró en cada uno de estos ámbitos.

A continuación, se presenta un cuadro en el que se amplía la metodología para la consecución de cada uno de los objetivos específicos, los instrumentos que se emplearon tanto en el trabajo teórico, como en el trabajo de campo y los resultados que se obtuvieron.

Tabla 1 Metodología

ÁREA	OBJETIVOS	INSTRUMENTOS	RESULTADOS
PRODUCCIÓN	- Adelantar un primer estado del arte sobre los audiovisuales transmedia realizados en Colombia.	I. Trabajo teórico - Recolección de información fuentes	-Matriz de análisis - Capítulo de investigación . - Repositorio online
	- Reconocer las particularidades técnicas y temáticas de las propuestas audiovisuales transmedia nacionales.	- Visualización 106 transmedia - Estudio de caso proyectos transmedia	
	- Analizar la información cuantitativa y cualitativa recolectada a partir de la aplicación de instrumentos a los agentes e instancias involucrados en el desarrollo del transmedia y sus dimensiones en Colombia.	- Base de datos - Fichas técnicas II. Trabajo de campo - Grupo Focal realizadores - Entrevistas	

EXHIBICIÓN Y CIRCULACIÓN	- Identificar los mecanismos y actores estatales y privados de apoyo a la producción y exhibición de obras audiovisuales transmedia.	I. Trabajo teórico - Recolección de información fuentes -Tablas	- Matriz de análisis - Capítulo de investigación. - Repositorio online
	- Establecer cuál es el panorama de la exhibición y la circulación digital de las obras transmedia, teniendo en cuenta los actores institucionales, las iniciativas del sector privado y las convocatorias de estímulos de desarrollo.	II. Trabajo de campo - Grupo Focal agentes sector público - Entrevistas	
MERCADO Y AUDIENCIAS	- Analizar de acuerdo a las particularidades del mercado, las condiciones del consumo de las audiencias de productos transmedia en el país.	I. Trabajo teórico - Recolección de información fuentes -Tablas	- Matriz de análisis - Capítulo de investigación.
	- Consolidar la información sobre el universo transmedia que revele las especificidades del mercado colombiano inherentes a su forma de producción, exhibición y circulación y su situación de competitividad respecto al producto extranjero transmedia.	II. Trabajo de campo - Grupo focal agentes sector privado - Entrevistas	
	- Realizar recomendaciones que permitan fortalecer la ruta de producción, exhibición, circulación, mercado y formación de audiencias de los audiovisuales transmedia en Colombia.		

Fuente: elaboración propia.

CAPÍTULO 1 COMPONENTE TEÓRICO

1.1 Estado del arte investigación sobre transmedia en Colombia

Es importante precisar que los textos escritos que abordan específicamente el tema del transmedia en el país son pocos. La ausencia de escritos sobre transmedia se debe en buena medida a que los realizadores no escriben y tampoco teorizan sobre su práctica artística. Quienes se han dedicado a escribir sobre la interacción en los audiovisuales son los académicos, profesores adscritos a universidades o estudiantes de maestría de comunicación digital, que reflexionan y estudian sobre las posibilidades de estos nuevos formatos.

En Colombia se han realizado algunas tesis de maestría sobre el tema: *Explorando las Fronteras. Entre el documental interactivo y sus búsquedas narrativas*. Pontificia Universidad Javeriana, realizada por Olga Acero en el año 2015.

La producción audiovisual para dispositivos móviles, sus contenidos convergentes y la interacción con los usuarios. Caso una telecomunicaciones de Juan David Martínez en 2015 de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Transvertising Nuevas tecnologías y lógicas de producción en las narrativas transmediáticas de tres campañas publicitarias en Colombia por Gersson Franco de la Pontificia Universidad Javeriana en 2014.

La narrativa transmedia en el caso de el Man es Germán: un enfoque semiótico y narratológico de Harold Salinas en la Universidad EAFIT en 2013.

También dentro de los referentes se encuentra el libro de memorias del Congreso *Cultura Transmedia, Comunicación y Educación: avances y significaciones* realizado por la Universidad Manuela Beltrán en 2017. Las investigaciones se proponen como un análisis de casos de estudio enfocados más hacia las narrativas y las plataformas.

De la misma manera, se han escrito algunos artículos en revistas especializadas de comunicación o ciencias humanas y sociales, el primero de ellos se denomina *Representing Peace in Colombia through Interactive and Transmedia Non-Fiction Narrative* del investigador Arnau Gifreu. *La narrativa transmedia como experiencia de simulación de inteligencia colectiva. El caso de Atrapados* de Jaime Rodríguez, Laura López, y Luis González. *Sistemas intertextuales transmedia: exploraciones conceptuales y aproximaciones investigativa*; *Convergencia de medios y nuevas formas de comunicación* de Diego Montoya, Mauricio Vasquez y Harold Salinas; y *La interactividad de las audiencias en entornos de convergencia digital*. de María Ángeles Cabrera.

Con los artículos ocurre algo similar a los ejes planteados en las tesis de maestría, se enfocan en casos de estudio y en una descripción de los mismos, algunos han intentado abordar de manera escueta el tema de las audiencias.

Teniendo en cuenta estos estudios previos de transmedia en Colombia, sobre el marco teórico que sustenta la presente propuesta, es importante anotar que no se ha realizado todavía un estado del arte completo y exhaustivo sobre la producción. Las áreas de exhibición, circulación, mercados y audiencias no se han abordado a profundidad. Tampoco se ha hecho un trabajo investigativo bajo el enfoque de un realizador audiovisual. Razones por las cuales, para el desarrollo de esta investigación se partirá primero de considerar y discutir los postulados teóricos de los principales investigadores que han hecho del transmedia y de la convergencia de medios su objeto de estudio. A continuación, algunas consideraciones generales desde el transmedia desde el enfoque de la realización audiovisual.

1.2 Bases teóricas

En las bases teóricas de esta investigación se encuentra información correspondiente a las bases teóricas de esta investigación, las cuales se construyen a partir de la evolución del concepto de transmedia, iniciando por el lenguaje multimedia, el hipermedia, el multiplataforma y el crossmedia. Por otra parte, se explica acerca de la expansión del universo transmedia y sus principales modelos, el de contenidos, el educativo y el de marketing. Se

evidencia el proceso de planificación de las experiencias y la forma en la que se lanzan a partir de la navegación de los usuarios.

Dentro de ese marco, se hace visible la importancia de la aplicación de metodologías como el design thinking para la construcción de este tipo de proyectos y la transición que se viene dando de los roles en el proceso comunicativo, el emisor es ahora un diseñador de experiencias, el medio es el mensaje, y el receptor un prosumidor.

Finalmente, el capítulo da a conocer los procesos que actualmente se vienen llevando a cabo para la exhibición, comercialización y distribución de los contenidos expandidos del universo transmedia.

1.2.1 Del multimedia, al hipermedia

Como su nombre lo indica, se puede inferir que lo multimedia se refiere a múltiples o diversos medios. Por ejemplo, el uso de gráficos, fotografía, audio y video. De acuerdo con Vouillamoz (2000) los primeros productos multimedia aparecieron en la década de 1960. La mayoría de estos modelos eran un tipo de multimedia secuencial como lo videoclips o documentales. Es importante distinguir que, aunque se pueda pensar en un videoclip como un solo medio, video, en este puede haber una mezcla de medios como *live action*, es decir, grabación de personas en vivo, motion graphics, es decir, gráficos en movimiento y por supuesto audio, entre otros.

Vouillamoz reseña que a lo largo de la década de 1980 se originó la fusión de los canales multimedia de comunicación con la informática y apareció el multimedia interactivo que posibilita al usuario manipular texto, imágenes y sonido, por ejemplo, los que fueron llamados discos compactos interactivos.

Multimedia, por tanto, es la combinación de informaciones de múltiples materias expresivas, codificadas digitalmente, registradas en uno o varios soportes, de tal forma que sea posible la interacción con los individuos. Lo que se pretende proponer son documentos multimedia capaces de ser visualizados con distintos soportes tecnológicos y donde los lenguajes

que lo componen sea más que la suma de sus partes, porque cada una de ellas tiene la unidad informativa de una totalidad que adquiere su dimensión óptima en su relación con los demás. (Osuna & Busón, 2007)

Cada lenguaje se encuentra en constante relación con los demás, y lejos de ser estáticos, se transforman constantemente. Así, es preciso que en los documentos multimedia cada lenguaje deba complementarse con los demás, por tanto, debe existir cierto equilibrio entre ellos, pues ninguno debe ser accesorio o contingente. Los autores indican que la presencia de todos los lenguajes en un documento multimedia no significa necesariamente que deba ser la misma, sino que el contenido debe representarse con los lenguajes oportunos. Para ejemplificar este caso, en numerosas ocasiones se incorpora sonido a los documentos multimedia, un sonido de fondo, que no cumple un objetivo específico, sino que cumple una función meramente testimonial y, en tal caso habría que plantearse la pertinencia del uso de dicho lenguaje.

Siguiendo la definición de Osuna y Busón, las características principales de los multimedia son:

- Integración de medios y lenguajes. Es decir, la posibilidad de combinar informaciones de distinta naturaleza ya sea textual, visual o sonora.
- Navegación e interactividad. Los avances tecnológicos posibilitan la interacción de las personas con entornos multimedia. Si los entornos no ofrecen esta posibilidad de interacción son entornos lineales en el que la actitud del usuario o usuaria será meramente pasiva. Sin embargo, cuando se da el control de la exploración del entorno multimedia al individuo, entonces los entornos se transforman en no-lineales e interactivos. Es preciso señalar que, aunque el proceso de lectura de los documentos multimedia es no lineal, en algunas ocasiones puede ser limitado porque el número de caminos de lectura esté acotado según lo previsto por el creador del entorno. Sin embargo, el multimedia puede integrar la potencialidad hipertextual de los sistemas hipermedia en un soporte abierto como es Internet. Estos sistemas multimedia permiten interconectar conjuntos de información prácticamente ilimitados, de múltiples materias expresivas, tendiendo más a los procesos de interacción que a los de información o mera lectura.

- Procesamiento de datos. Los entornos multimedia poseen la capacidad de almacenamiento, memoria y velocidad de procesamiento de imágenes, sonidos y textos, que permite a los usuarios participar en dichos entornos.

El lenguaje multimedia posibilita formas de interacción que se dan a través del hipermedia, sin embargo, para que este surja debe darse desde las conexiones que se establecen en el hipertexto; "un conjunto de bloques de texto interconectados por nexos, que forman diferentes itinerarios para el usuario." (Nelson, 1981). Nelson considera que "en el hipertexto la última palabra no existe. No puede haber una última versión, un último pensamiento. Siempre hay una visión, una idea, una interpretación nueva". Este autor sostiene que el hipertexto se asemeja a la estructura básica de pensamiento humano, aunque otros autores como Vaughan afirman que "las personas se sienten más cómodas con el pensamiento lineal, se abruma con facilidad con libertad excesiva y se pierden en el caos de los gigabytes no lineales". (Citado en Osuna, 2007, p.55).

En el hipertexto no existe un guion o una estructura, sino que cabe plantearse como un mapa con múltiples direcciones que quien lo lea debe decidir qué itinerario seguir. El texto deja de estar limitado o terminado y se flexibiliza y se encuentra en permanente construcción. Cada lector o lectora inventa su itinerario, lo modifica, lo amplía. Uno de los principales investigadores de la hipertextualidad, manifiesta que "los nexos (enlaces) electrónicos unen fragmentos de texto internos o externos a la obra, creando un texto que el lector y la lectora experimentan como no lineal o, mejor dicho, como multilineal o multisequencial" (Landow, 1995, p.16).

Las características de los sistemas hipermedia se derivan de las propias características del hipertexto.

- Los diseños hipermediáticos responden a un modelo de estructuración no lineal. Es una manera distinta de organizar el conocimiento a las formas tradicionales de estructurar y narrar. Los usuarios acceden selectivamente a conjuntos de información que pueden presentar distintas materias interconectadas.

- La pluralidad de conexiones aumenta las posibles interacciones de los componentes que lo forman. Efecto contrario de aislamiento que hace que los fragmentos sean autónomos.
- Permiten describir fenómenos producidos en escalas de tiempo y espacio heterogéneas.
- La estructura es significativa por sí misma y puede proporcionar información en las relaciones de los elementos que la conforman.
- Interconexión e integración. Hipermedia es un lenguaje vertebrador de la potencialidad del medio digital, que aumenta la posibilidad de interconexión e integración de la información.
- Descentralización de la autoría. Como consecuencia de la interconexión e integración. El hipermedia hace insostenibles conceptos como propiedad y unicidad de creación.

Los sistemas hipermedia permiten un enlace entre el contenido y el usuario a través de conexiones en las que este último decide la forma en la cual puede disfrutarlo, esto, propicia nuevos escenarios donde lo importante no es el medio sino la forma en la que la historia puede desplazarse a través de ellos brindando diferentes experiencias.

1.2.2 Multiplataforma, crossmedia y transmedia

Cuando una historia es adaptada de un formato a otro, por ejemplo, de una novela a una película, se considera que entra dentro de la categoría de multiplataforma. Un ejemplo sencillo sería “El nombre de la rosa”, una novela de Umberto Eco publicada en 1980, que fue adaptada al cine en 1986.

La aparición de la narración transmedia puede explicarse por la evolución de la industria del entretenimiento. En los años 80, David Marshall acuñó el concepto de mercancía intertextual para describir una serie de estrategias llevadas a cabo por marcas y franquicias que situaban sus productos en distintos contextos para llegar a una audiencia crecientemente fragmentada y explotar con mayor éxito una misma marca (Marshall, 2002).

Marsha Kinder definió las franquicias de la época que incluían dibujos animados, largometrajes de cine, juguetes, cómics o videojuegos como 'súper sistema del entretenimiento' (Kinder, 1991). Las *Tortugas Ninja*, por ejemplo, nacen como un cómic en 1984 para tomar la forma de un juego de rol en 1985 y saltar a la televisión dos años después. Luego, en 1988 se materializó en figuras de acción, se virtualizó en un videojuego de Nintendo en el 89 y pasó a la gran pantalla en 1990. En ese mismo año se distribuyeron una serie de conciertos y en 1991 y 1992 se estrenaron las dos secuelas del largometraje cinematográfico.

La función de este 'súper sistema de entretenimiento' era atraer distintas generaciones, clases sociales y subculturas étnicas y relacionarlas por un mismo contenido que buscaba acelerar la curva del éxito comercial del producto. Dena (2009), explica que este tipo de productos describen una estrategia muy popular en las décadas de los 80 y los 90, donde se distingue de la narración transmedia por la falta de coherencia narrativa. La falta de esta exigencia se hace manifiesta en el hecho de que una misma historia podía repetirse en distintos medios o, incluso, en un medio y otro. Distribuidos en distintos momentos podía tener ciertas incoherencias o contradicciones narrativas (por ejemplo, un personaje podía morir en un cómic y aparecer de nuevo en una película estrenada al año siguiente). Esta falta de coherencia narrativa también ha sido frecuente en numerosas series de cómics de DC o Marvel, entre otros.

Por otra parte, tal como explica Jeff Gomez en el sitio web de su compañía, Starlight Runner, el concepto de crossmedia se utilizó para definir campañas que se llevaron a cabo entre 1960 y 1970, cuando un mismo contenido era distribuido a través de distintas plataformas como radio, prensa, televisión, carteles o productos de consumo (como cereales o bollería industrial).

En este sentido, Jack Boumans enumera las características del crossmedia bajo los siguientes criterios (como se cita en Scolari, 2013, p. 25 - 26):

- La producción comprende más de un medio y todos se apoyan entre sí a partir de sus potencialidades específicas, es una producción integrada.
- Los contenidos se distribuyen y son accesibles a través de una gama de dispositivos como ordenadores, teléfonos móviles, televisión, etcétera.

- El uso de más de un medio debe servir de soporte a las necesidades de un tema /historia / objetivo / mensaje, dependiendo del proyecto.

Un ejemplo de campaña crossmedia sería distribuir una misma campaña de publicidad en revistas, periódicos, televisión, radio o banners en sitios web. Dado que el concepto de narración transmedia es abierto y la realidad a la que apunta es tan cambiante, a menudo crossmedia y transmedia se utilizan como sinónimos. Sin embargo, si se comparan las características de uno y otro se notará que en la definición de Boumans falta algo que también falta en la definición de multiplataforma: la necesaria coherencia entre los distintos elementos del sistema.

Habiendo visto brevemente los conceptos de multiplataforma y crossmedia, se ha decantado naturalmente el elemento básico que los separa del transmedia: la relación de complementariedad narrativa entre los distintos fragmentos de una misma producción. La extensión de las historias relacionadas a diversos formatos no implica, sin embargo, su interdependencia. De hecho, es necesario que cada uno de los fragmentos tenga sentido por sí solo. De este modo, cada medio se convierte en una puerta de entrada a distintas audiencias para un mismo universo.

Por ejemplo, un otaku, o un aficionado a la animación, podrá acercarse al universo de The Matrix a través de Animatrix, mientras un gamer lo podrá hacer a través del videojuego online y, de este modo, si su primera experiencia es lo suficientemente sugerente y estimulante, pasarán a recorrer el universo de Neo a través de otros formatos y plataformas.

La implicación de estos distintos públicos, además, en el caso de una narración transmedia, podrá ir desde una recepción tradicional y pasiva a una mucho más activa.

En un artículo publicado en el Technology Review del Massachusetts Institute of Technology (MIT), el 15 de enero de 2003, Henry Jenkins utilizó por primera vez el término transmedia storytelling (narrativa transmedia) para definir el “flujo de contenido a través de múltiples canales mediáticos” (2003, p.13) en la industria del entretenimiento. No obstante, en tratamientos posteriores (2007, p.3), Jenkins precisó su propia aproximación, y definió el concepto

como “un proceso en donde los elementos de una ficción se dispersan a través de múltiples plataformas mediáticas con el propósito de crear una experiencia de entretenimiento coordinada y unificada. En la forma ideal de narrativa transmedia, cada medio hace lo que se le da mejor, haciendo una contribución única y valiosa al desarrollo de la historia”. Una historia que Jenkins (2006a) concibe en términos de universo ficcional: “La narrativa transmedia es el arte de crear mundos narrativos” (p.21).

Pero el usuario no tiene porqué experimentar con todas las plataformas mediáticas para poder comprender los acontecimientos que se cuentan en cada una de ellas, porque “cada entrada a la franquicia necesita tener un sentido completo por sí misma que haga posible su consumo autónomo” (Jenkins, 2003, p.10). Es decir, ninguna de las llamadas extensiones narrativas se considera indispensable: no hace falta haber leído la novela para disfrutar y entender la serie de televisión, la película o las novelas relacionadas.

La lógica subyacente a esta estrategia es la de atraer a distintos tipos de consumidores con unas preferencias y grados de experiencia mediática diversos (Jenkins, 2006a, p.130), respondiendo así a la creciente fragmentación de las audiencias contemporáneas.

Junto a la expansión por diferentes medios, y la autonomía de cada extensión narrativa o entrada a la franquicia, Jenkins (2009a) añade un tercer rasgo identificador a su concepto: el de los múltiples agentes que intervienen en la construcción de la narrativa transmedia. Como se ha sugerido más arriba, los productores originales no son los únicos encargados de expandir un mundo ficcional, sino que los usuarios prosumidores (productores + consumidores) pueden apropiarse de ese mundo y aumentar su tamaño y profundidad contribuyendo con sus propios contenidos.

Desde la Semiótica Narrativa, Scolari (2009) aporta una serie de estrategias de expansión de los mundos ficcionales. En su estudio de la franquicia televisiva 24 (FOX, 2001-2010, 2014), Scolari destaca una macrohistoria (macrostory), representada por las nueve temporadas de la serie de televisión, que puede expandirse a partir de cuatro estrategias narrativas diferentes:

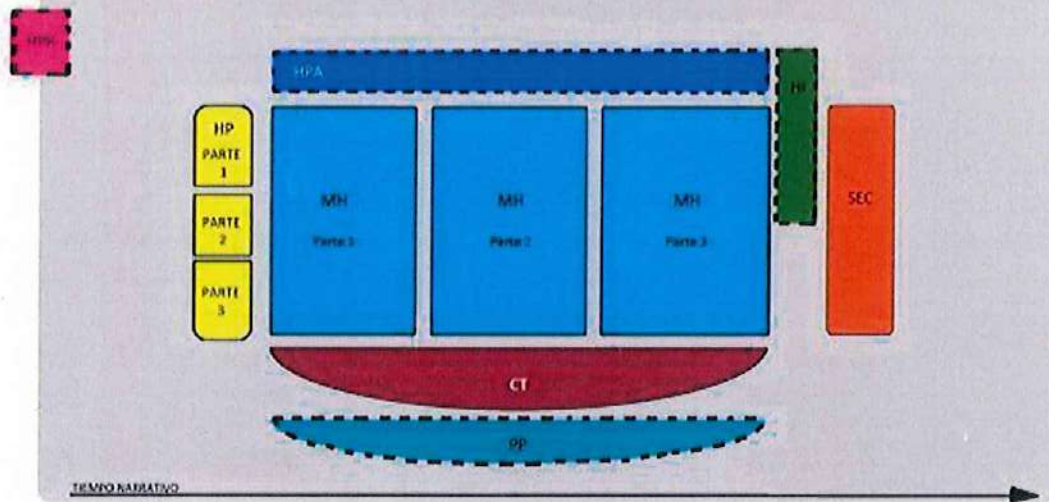
- creación de historias intersticiales (interstitial microstories), que rellenan el período comprendido entre las temporadas de la serie y “guardan una relación estrecha con la macrohistoria” (2009a, p.598)
- creación de historias paralelas (parallel stories) que suceden al mismo tiempo que la macrohistoria
- creación de historias periféricas (peripheral stories), textos con un vínculo residual con la macrohistoria
- creación de plataformas de contenidos generados por los usuarios (user-generated content platforms), que incluirían wikis, blogs, y fan fiction, entre otros.

Belsunces Gonçalves (2011) amplía la taxonomía de Scolari con la inclusión de dos nuevos conceptos: por un lado, los elementos narrativos atomizados, es decir, objetos del mundo narrativo que no se corresponden con ningún medio específico y que se insertan en lugares y situaciones del mundo real; y por otro, historias preliminares, el equivalente a las precuelas, o textos situados en tiempo anterior al del inicio de la macrohistoria. (p.60)

Por su parte, García Carrizo y Heredero García (2015) retoman el modelo ampliado de Belsunces Gonçalves para añadir tres elementos más: precuela, profundización en los personajes y completar la historia.

figura 1 Mapa del mundo narrativo oficial y extraoficial de un sistema transmedia

Universo de la Narrativa Transmedia



CONTENIDO



Contenido 1
Contenido 2
Contenido 3
Contenido 4
Contenido 5
Contenido 6
Contenido 7
Contenido 8

MEDIO O SOPORTE

Medio/soporte x
Medio/soporte y
Medio/soporte z
Medio/soporte w
Medio/soporte q
Medio/soporte r
Medio/soporte s
Medio/soporte t

RELACIÓN CON LA MACROHISTORIA

Macrohistoria (MH)
Historia preliminar (HP)
Historia paralela (HPA)
Historia intersticial (HI)
Historia periférica (HPR)
Secuela (SEC)
Profundización en los personajes (PP)
Completa la historia (CT)

LEYENDA

----- Contenido Oficial
- - - - - Contenido Generado por el Usuario (CGU)

Fuente: (Belsunces 2011)

Como se puede observar, algunas de estas categorías, como las historias intersticiales, las historias periféricas, o los elementos narrativos atomizados, sugieren un mayor o menor grado de dependencia con la macrohistoria que impediría hablar puramente de autosuficiencia de las extensiones transmedia tal y como se desprende de la definición de Jenkins. Pero ese no es el único problema que entrafía el concepto original. Se debe tener en cuenta que el contenido de los distintos elementos que componen el mundo narrativo transmedia no puede repetirse por lo que, de acuerdo a esta lógica, las adaptaciones se encontrarían de los lindes de la transmedialidad (Jenkins, 2006; Long, 2007; Mora, 2014). Pero tal y como matiza Dena (2009) la adaptación es un proceso en donde “se sustraen, contraen y añaden elementos” (p. 152). Y añade: “Una adaptación raramente implica una correspondencia uno-a-uno con el original” (p. 152). Esta postura, refrendada por

Scolari (2013b) en su estudio de los contenidos generados por los fans de *Lost* obliga a replantear la no inclusión de las adaptaciones en el desarrollo transmedia de una historia... y hasta de aquellos textos que comprimen en lugar de expandir la narrativa.

Unido a sus variadas posibilidades narrativas, resulta paradójico que se intente excluir las adaptaciones de una conceptualización de la narrativa transmedia cuando, sobre el terreno, funcionan como puertas de entrada al mundo ficcional (Dena, 2009; Scolari, 2013a). Así, por ejemplo, muchos adultos entraron al universo de *The Hunger Games* por medio de las películas, mientras que sus hijos adolescentes ya estaban acostumbrados a los personajes de los libros.

1.2.3 Narraciones transmedia, la expansión del universo

Desde Jenkins (2004), se han dado muchas definiciones de lo que se entiende como *Transmedia Storytelling*. Como se evidencia en la numerosa bibliografía, hay muchos estudios desde la perspectiva académica. Sin embargo, los principios que concretan una narrativa transmedia son fundamentalmente tres:

- **La existencia de un universo narrativo:** entendido como un espacio rico de elementos narrativos (espacios, personajes, roles, facciones, objetos, estética) regidos por unas normas creadas *ad hoc*, es decir, con un fin específico para ese universo y que sirven como marco de referencia y delimitación. Dentro de este universo se pueden desarrollar un número indefinido de historias que se cifien a las normas del canon normativo del universo.
- **La utilización de diferentes canales:** una narrativa transmedia se vale de múltiples plataformas para construir ese universo narrativo. Como si fueran ventanas a través de las que el público puede mirar, el uso de diversos canales fomenta la sensación de completitud y unicidad del universo narrativo. Algunos ponen el límite mínimo en tres diferentes canales para que una narrativa sea considerada transmedia. Estos canales no tienen por

qué ser digitales, tanto el espacio físico como medios analógicos cuentan para la creación de una narrativa de estas características.

- **La interacción del público:** este es uno de los elementos más diferenciadores de este tipo de narrativas. El público se convierte en prosumidor y parte indispensable en la creación y desarrollo de las historias. Estas son concebidas de modo que el público puede participar, dándole espacio para la co-creación, la toma de decisiones o incluso la participación activa dentro de la historia.

Siguiendo estos tres principios, se configura una manera de contar historias que se pueden entender por nuevo lenguaje. Al igual que el lenguaje audiovisual (imágenes y sonido con una edición) puede tener varias aplicaciones (desde un anuncio de televisión a un documental o una película infantil), el transmedia storytelling como lenguaje propio, puede tener diferentes aplicaciones. Santa Olalla (2017) plantea tres de las aplicaciones más comunes que se articulan en torno a tres grandes campos:

- **Contenidos:** las historias de entretenimiento y cultura, comprendidas como contenidos, cada vez se valen más de arquitecturas transmedia para expandir en la vida y sub-tramas de personajes secundarios, o permitir al público profundizar en determinados aspectos de las historias que no se exponen en los contenidos principales. En este caso, las narrativas transmedia pueden servir como medio de distribución de los contenidos y para generar una base de seguidores prosumidores que actúan como embajadores.
- **Marketing:** la cercanía que este tipo de narrativas fomenta con el público ha hecho que las narrativas transmedia sean también utilizadas en algunos casos como herramientas de marketing y publicidad. Es el caso del *Branded Content*, o estrategias de creación de contenidos de marca que no son meramente publicitarios, si no que se articulan alrededor de historias interesantes para los consumidores y que convocan la filosofía de la marca en cuestión. Aunque no todos los *Branded Content* son narrativas transmedia, sí existe cierta tendencia y utilizar sus estructuras en muchos contenidos de marca.

- **Educación:** en este campo, el uso de las narrativas transmedia se basa en utilizar historias interactivas que sitúan a los estudiosos en protagonistas de escenarios realistas, activando habilidades y conocimientos que permite aprender mediante la práctica. En esta línea, el transmedia storytelling destaca en campos como *scenario---based training* o simulaciones de crisis, que permite recrear situaciones y crear urgencia, por lo que los estudiosos pueden ir más allá del papel o el libro de texto para comprender las consecuencias de sus acciones. (p.8)

1.2.4 Convergencia cultural, la nueva ecología de medios

Henry Jenkins, define la convergencia como: "el flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento" (Jenkins, 2006).

Osuna y Busón (2007) hacen referencia:

En la actualidad las pantallas cobran cada vez más protagonismo. De hecho, hay voces que afirman que estamos entrando en un 'mundo de pantallas' donde los ratones y teclados tienden a desaparecer. Esto quiere decir que las pantallas van a integrar todos los dispositivos de las computadoras, de tal forma que transmitiremos nuestras órdenes interactuando con nuestras manos y con nuestra voz sobre ellas. (p.9)

Para Kirzner (2014) a partir de los nuevos hábitos de comunicación, los hábitos de consumo de medios también se han modificado de manera expansiva. El autor señala algunos datos que muestran la transformación cultural entorno a la comunicación: los jóvenes entre 18 y 34 años consideran el móvil como la primera pantalla y la TV como segunda. Asimismo, la gran mayoría de las audiencias miran el TV con otra pantalla en frente. Ese mismo público participa en las redes sociales opinando sobre lo que ve en la TV, los medios se complementan.

El advenimiento de las nuevas formas de relaciones sociales, propiciadas por las tecnologías y el espacio virtual tienen cada vez mayor impacto en las prácticas culturales y económicas. Siguiendo a Scolari, en la entrevista para UNED (2013) explica este fenómeno como la ecología de los medios, una metáfora que permite mirar a los medios de comunicación desde un enfoque relacional. Afirma, que esta metáfora pretende considerar a los medios como especies de un ecosistema, siendo cada una parte de un sistema interconectado donde se necesitan para sobrevivir. Las especies no son autónomas y aisladas.

Con base a esta metáfora, Scolari (2013), afirma que la mirada ecológica permite pensar la relación de los medios entre sí y con la audiencia. Asimismo, al verlo como un ecosistema tiene su historia y un proceso evolutivo. Cuando apareció la TV, el cine tuvo que reinventarse, es decir, adaptarse a las nuevas demandas de la audiencia para sobrevivir. La metáfora permite abrir preguntas: ¿Existen fósiles mediáticos? ¿Cómo se adaptan los medios a las nuevas prácticas?, ¿Ciertos medios pueden extinguirse?, ¿Cuáles se harán más fuertes? ¿Sobrevivirá el diario en papel?

Estas preguntas llevan a mirar el cambio y evolución de la prensa de la mano de los nuevos medios en un entorno dinámico y cambiante. Donde sobrevive aquel que mejor y más pronto se adapta a una dinámica continua que llegó para quedarse. La prensa adopta cambios en su gramática para llegar a sus audiencias y hacerlas participativas. La TV y las series incorporan un nuevo formato en el relato y la producción. En síntesis, “Los viejos medios tratan de reaccionar a los cambios y adaptarse, porque están avanzando nuevas especies: los depredadores” (Scolari, 2013)

1.2.5 La navegación, el guion del arquitecto transmedia

Tanto en los espacios físicos como en los virtuales es interesante que el arquitecto transmedia tenga en cuenta la navegación, entendida como el desplazamiento del usuario entre los diferentes puntos que conforman una constelación de contenidos narrativos. Los saltos entre plataformas siempre generan fricción, ya que se le pide al usuario que interactúe y tome la decisión de abandonar la plataforma en la que está, por lo que los contenidos tienen que ser lo suficientemente interesantes para que el usuario decida emprender la navegación.

En el momento de la construcción de la arquitectura, si se trata de un mundo abierto que el usuario puede explorar libremente, hay que tener en cuenta el arco narrativo que proponen los contenidos, ya que la navegación de cada individuo será la que cree la historia, el orden de consumo (y la percepción del usuario) siempre va a ser lineal, y por otra parte, nuestra percepción del tiempo será lineal.

En la navegación, hay que tener en cuenta tres conceptos principalmente:

- El mapa: el arquitecto necesita un mapa en el que se estructuran todos los componentes de su arquitectura, que detalla cómo se interconectan entre ellos. Este mapa puede ser conocido o no por el usuario, ya que las interconexiones pueden revelarse sobre la marcha, o algunos contenidos pueden estar escondidos y solo accesibles para usuarios más interactivos.
- La brújula: es el componente que le indica al usuario hacia donde debe ir. En una arquitectura transmedia la brújula es la misión o el rol que tiene el usuario dentro del universo narrativo. El usuario debe saber quién es y por qué está en nuestra historia interactiva, con una misión muy clara que debe cumplir, para que le sirva de guía en la exploración del universo.
- El progreso: es fundamental que el usuario tenga alguna noción sobre su progreso dentro del mundo narrativo. Al igual que cuando el espectador ve una serie sabe cuántas temporadas tiene y cuántos episodios quedan, el usuario de una experiencia transmedia debe tener alguna indicación de cómo va avanzando en el mundo narrativo, bien a través de un porcentaje de progreso, una galería de elementos coleccionables, contenidos desbloqueados, etc. El usuario debe tener una idea de que la experiencia tiene un final y cómo de cerca o lejos se encuentra de alcanzarlo.

1.2.6 Planificando la experiencia transmedia

La transmedialización de un proyecto puede surgir de dos maneras. Por un lado, una narración puede “nacer” transmedia y ser concebida fragmentada para ser explorada y explotada

por distintos medios. Esto es lo que varios narratólogos han llamado “transmedia nativa”. Otros, nacen como un proyecto monomedial y dado su éxito, sus productores/creadores deciden transmedializarlo. Esto es lo que ha sucedido con *El Ministerio del Tiempo*, una serie española que nació con un gran potencial transmedia no desarrollado y que no floreció hasta bien empezada la serie. Su potencial ha sido tal que han terminado produciendo el primer capítulo de una serie en Realidad Virtual de la historia.

Dado que el mundo del transmedia es relativamente nuevo y hay tanto de experimentación en él, no existen modelos infalibles. Eso sí, es necesaria una figura que coordine la expansión y cuide de la calidad y coherencia: el arquitecto o productor transmedia. Además, teniendo en cuenta la complejidad en formatos, lenguajes y modos de consumo o uso, este productor transmedia debe ser capaz de coordinar y comunicarse fluidamente con los distintos perfiles profesionales, ya sean programadores, diseñadores de experiencia o interfaz, cámaras, sonidistas, periodistas, animadores o guionistas de distintos medios. Estos perfiles interdisciplinarios, a ser posible, deben estar implicados desde el primer momento del proyecto. Como explica Hugues Sweeney, productor ejecutivo del *National Film Board* de Canadá (una de las instituciones que más está experimentando con el audiovisual interactivo), la capacidad de innovación de sus proyectos reside en empezar a trabajar desde el inicio con los distintos perfiles, tanto los técnicos como los creativos.

En consecuencia, durante el proceso, un programador puede enseñarle a un guionista que, a nivel técnico, su historia puede llegar a niveles que no se había imaginado y, del mismo modo, un guionista puede explicarle a un animador cómo dar mayor expresividad a un escenario o personaje.

En el actual escenario de cambio constante en el mundo de los medios, el trabajo interdisciplinario, con gente que comprenda, sintonice y se comprometa con el proyecto, es un valor casi indispensable para lograr el éxito. Además, estar actualizado de las últimas novedades y aplicaciones tecnológicas y sus posibilidades puede añadir un plus atractivo al proyecto (teniendo presente que la sociedad contemporánea siente una atracción casi fundamentalista por las novedades tecnológicas).

1.2.7 El design thinking, más que una metodología, una herramienta para la co-creación de universos transmedia

En las últimas décadas se ha vuelto innegable que técnicas y metodologías provenientes del diseño pueden ser útiles para afrontar desafíos en el mundo de los negocios, educación, organizaciones o estrategias de cualquier tipo, incluidas las sociedades y sus gobiernos.

La rapidez y profundidad de los cambios que se están viviendo actualmente hacen necesarias herramientas para poder construir nuevas soluciones a nuevos retos, y para ello es importante lograr enfoques innovadores. A su vez, para innovar es imprescindible entender el momento en el que se está y los recursos de los que se dispone. El diseño establece una serie de técnicas para facilitarlos.

Teniendo estas necesidades en mente, Tim Brown, CEO del estudio de diseño IDEO y uno de los mayores impulsores del *Design Thinking* (en adelante DT), defiende una forma de comprender los procesos y técnicas de diseño que está calando cada vez más hondo en diversos ámbitos, incluyendo la forma en la que se desarrolla la tecnología, los modelos educativos, el activismo social, la ciencia, la psicología, el arte o incluso la formulación de políticas públicas.

Esto sucede porque el DT es un motor de innovación que ayuda a pensar, diseñar y crear nuevos productos a la vez que se está atento al cambio y, en general, busca constantemente nuevos problemas para seguir desafiando a través de la creatividad. En una presentación realizada en un evento de *Khosla Ventures*, un fondo de capital de riesgo especializado en Internet, Brown explicó cómo el buen diseño tiene en cuenta no solamente la forma que tendrá el producto o servicio, sino su relación con su entorno, lo cual incluye, evidentemente, los usuarios y sus experiencias. De hecho, el autor de *Change By Design*, Brown, dice que el pensamiento y la formación occidental ha tendido tradicionalmente al pensamiento 'analítico', donde para la solución de un problema es necesario dividirlo en diversas partes para luego dar soluciones concretas a cada parte dividida. En el mejor de los casos, puntualiza Brown, estas soluciones se ponen todas juntas al final del proceso, pero no deja de ser un conjunto de soluciones atadas, no una solución que funcione para el sistema como un todo.

El DT propone pensar de una manera holística e integrada para dar con una sola idea que logre solucionar todas las tensiones. Brown insiste en que desarrollar una narrativa ya no es suficiente y que lo importante es crear movimientos, provocar una implicación emocionada con los procesos de creación.

Este método se ha empleado especialmente en el mundo del desarrollo de software y tecnología, donde la experiencia de usuario es central. Sin embargo, el DT no es una metodología enfocada solamente a los diseñadores, sino a un marco interpretativo y a una práctica muy útil para cualquier proceso creativo, que debe aprenderse teniendo presente que sus principales herramientas son la empatía, el optimismo, el pensamiento integrador, la experimentación o la colaboración con equipos interdisciplinarios.

El DT propone que antes de empezar un proyecto, no hay que pensar solamente en el negocio, la tecnología o, en el caso de transmedia, en la historia, debe pensarse en las personas para quienes se diseñará. Diseñando con las personas, defiende el DT, se pasa rápidamente del 'aprender' al 'hacer' y del 'especular' al 'construir', entendiendo el hecho de construir como una forma de pensar mientras se hace.

Design Technology propone plantear los problemas como un todo al cual el diseño puede ayudar a mejorar y que, para ello, ha identificado de forma general. Para ello se recomienda lo siguiente:

- Hablar con distintos tipos de potenciales usuarios de un servicio, producto u organización
- En base a la información recogida, hacer prototipaje rápido, es decir, crear soluciones sencillas que serán probadas repetidamente para ser mejoradas.
- Empezar movimientos en lugar de simplemente contar historias.
- Fomentar la participación de distintos actores.
- Fomentar la colaboración dentro de la propia organización o proyecto, así como ente otros proyectos u organizaciones.
- Hacer las preguntas adecuadas para encontrar las soluciones adecuadas. Existen gran cantidad de materiales sobre Design Thinking.

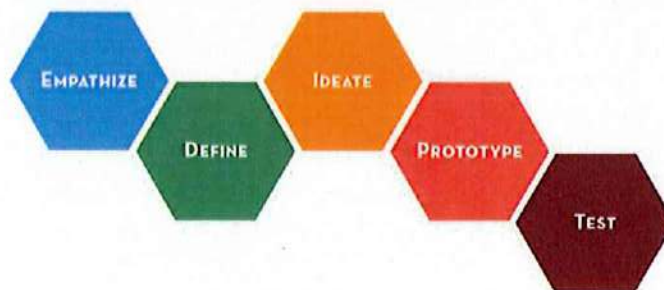
El DT es una metodología de diseño donde la generación de ideas se hace de manera colaborativa y sitúa a la persona en el centro. Empieza con recoger ideas y los procesos creativos que genera suelen superar las expectativas iniciales.

Generalmente, en la concepción de productos y servicios, los diseñadores y diseñadoras entran en el proceso en la fase final, una vez se han detectado las necesidades que se cubrirán y los mercados a los que se dirigirán. Esta tarea se suele relacionar con la fase estética o de usabilidad del proceso creativo y, sin embargo, la forma de hacer el diseño puede ayudar a plantear soluciones de forma creativa, sirviéndose de una investigación sistemática y metódica de un determinado contexto y público objetivo. Partiendo de esta concepción más abierta del diseño, el DT propone integrar el diseño en la fase inicial del proceso, desde el planteamiento inicial del problema a la ideación o ejecución final del producto.

A continuación, se explican las fases y técnicas destinadas a entender al usuario objetivo, identificar la necesidad y generar ideas para solucionarla.

El DT es una metodología que parte de comprender a ciertos actores para identificar sus necesidades y anhelos y lograr encontrar una solución a través de un proceso creativo. Los pasos que componen este proceso se pueden resumir con la sigla EDIPT (Empatía, Diseño, Ideación, Prototipado y Test).

figura 2 Modelo EDIPT



Fuente: (Plattner, 2009)

En la fase de empatía se recogen y sistematizan las necesidades del usuario para aprender de él y así poder ofrecerle una solución creativa; la fase de definición, donde la información recogida previamente se cristaliza en un desafío y/o concepto que debe ser abordado desde el diseño, enmarcándolo en un punto de vista y un enfoque concreto; la fase de ideación, donde se aportan ideas y soluciones creativas enfocadas al desafío identificado previamente; la fase de prototipado, donde se construye una representación sencilla de una o más de las soluciones creativas identificadas en la fase de ideación; y la fase de test, en la que se prueba o experimenta con la representación creada en la fase anterior con el objetivo de comprender sus puntos fuertes y débiles. Todas o algunas de estas fases deberán irse repitiendo para refinar el proceso creativo.

1.2.8 La experiencia del usuario

Esta nueva era, la de la Economía de la experiencia. De acuerdo con Joseph Pine y James Gilmore (1999), ya no se habla de tres sectores, si no de cuatro: el agrícola, el industrial, el de servicios y el de la experiencia, necesario para diferenciar todos los servicios hoy disponibles. Pine y Gilmore ponen el ejemplo de la cadena Starbucks, que ya no solo venden café, si no una experiencia: el barista escribe el nombre del cliente en una taza y los espacios del negocio imitan a los de una casa familiar. De hecho, este es un momento de auge del ocio experiencial, la generación de los Millenials, a diferencia de sus padres, ya no valoran el estatus social en la cantidad de posesiones materiales que pueden acumular si no en el numero de experiencias que pueden vivir. Esto se produce porque las experiencias generan una poderosa sensación de inmersión.

Según Janet Murray en *Hamlet on the Holodeck* (1997), inmersión es la “sensación de estar rodeado completamente de otra realidad, tan diferente como lo es el agua del aire”. La inmersión se produce por la manera que tiene nuestro cerebro de interpretar la historias, ya que se produce un acoplamiento neuronal y una segregación de dopamina – en nuestro cerebro, las historias se representan como si las estuviéramos viviendo, iluminando áreas del cortex relativas al contenido de las historias que escuchamos o en las que nos vemos inmersos.

En su libro *Glued to games*, Rigby y Ryan (2011) estudian el fenómeno de la inmersión en los videojuegos, intentando responderse a la pregunta de por qué estas aventuras gamificadas nos

“enganchan” de una manera tan poderosa. Ellos encuentran tres motivos principales por los que se produce este engagement:

- Presencia física: el participante se siente físicamente transportado al entorno de la narración. Los videojuegos generan un espacio abierto, que representa un espacio físico reconocible por el jugador y donde puede moverse libremente siguiendo los principios de navegación ya explicados.
- Presencia emocional: el participante se siente como se sentiría en el mundo real en eventos reales. Esto se produce porque o bien “mueve” a un personaje de la historia con el que tiene una identificación total, o bien “se convierte” en el personaje principal, mirando a través de sus ojos (por ejemplo, en un *first-person shooter*)
- Presencia narrativa: el participante siente que es capaz de afectar la historia. Según sus acciones o su comportamiento, la historia evoluciona en una dirección u otra, incluso puede generar el final de la historia antes de tiempo (si cae por un precipicio, es un *game over*)

Estos tres principios tienen un gran valor para el arquitecto transmedia, ya que puede valerse de ellos para la creación de cualquier experiencia narrativa más allá del ámbito de los videojuegos, lo que genera esa inmersión que motiva a los participantes a seguir explorando nuestra constelación narrativa.

Esa presencia narrativa, la capacidad que el usuario escoja su camino dentro de la historia, genera una independencia poderosa. Sin embargo, articular narraciones que favorezcan esta agencia no siempre es fácil, y muchas veces hay que valerse de la tecnología existente o mecanismos narrativos sofisticados para que la voluntad del usuario pueda ser tenida en cuenta. Esta agencia narrativa, derivada de la inmersión, puede encontrarse en cuatro realidades contemporáneas:

- Realidad Aumentada (AR)

Gracias a la tecnología de los dispositivos móviles, la AR es la visión de un espacio físico a través de una pantalla en la que se combina con elementos virtuales, de modo que se superpone

información a la imagen de la realidad circundante. Aplicados al storytelling y la gamificación, surge uno de los fenómenos de los últimos años: *Pokemon Go*, una experiencia en la que los usuarios se convierten en entrenadores de estos seres que han de cazar en el espacio real a través de sus teléfonos móviles. De este modo, la narración alcanza de manera visible el espacio que habitamos, generando la inmersión en el mundo narrativo.

- Realidad Virtual (VR)

El caso de la RV es inverso, en vez de llevar el sistema narrativo al espacio del usuario, llevamos el usuario a un espacio virtual del sistema narrativo. A través de un dispositivo de visualización en forma de gafas o casco, los sentidos del usuario son privados de cualquier estímulo real y transportados a un espacio de representación que parece real. Acompañados a veces de guantes u otros dispositivos, permite un mayor grado de interacción con el espacio renderizado y la inmersión es superior. Uno de los ejemplos en construcción en materia de inmersión narrativa es el espacio *The Void*, en el que se combina la tecnología VR con un espacio físico sincronizado con la experiencia visual, de modo que los usuarios pueden moverse a través de espacios conectados, como si estuvieran físicamente dentro de un videojuego.

- Realidad Alternativa (ARG)

En los juegos de realidad alternativa, se trata de una narración interactiva que utiliza el mundo real como lienzo para contar la historia, usando elementos de nuestra realidad de manera creativa y según las normas establecidas por un grupo de jugadores. Los participantes juegan un rol fundamental, ya que tienen que ir descubriendo la naturaleza de la historia y diferenciando en su propia realidad qué forma parte de la narración y qué no. Uno de los ejemplos más paradigmáticos fue la creación de un ARG conocido como ¿Why so serious? para la promoción de la película *El Caballero Oscuro*, una experiencia en la que los participantes se convertían en acólitos del joker y recorrían la ciudad siguiendo sus pistas.

- Realidad Representada

Finalmente, no hay nada que produzca más inmersión que la realidad misma, y de este mecanismo se valen experiencias de realidad representada también conocida como Teatro

Inmersivo. En este caso, un espacio de grandes dimensiones como un edificio abandonado, se atreza y prepara para que pueda ser recorrido libremente por los espectadores, donde presencian diferentes escenas dramáticas si las encuentran a su paso, o interactúan con los actores en pro de conseguir algún objetivo. En este campo, destaca la compañía británica PunchDrunk y su espectáculo *The Drowned Man*, una adaptación de *Woyzeck* de Büchner en el que los espectadores se pierden en diferentes espacios inmersivos como un campo de caravanas, unos estudios de cine o unos gabinetes médicos buscando a los protagonistas de la historia.

Al respecto, la gamificación es una estrategia que tiene gran capacidad de engagement, y que los arquitectos transmedia pueden utilizar en combinación con sus contenidos narrativos. Antes de establecer los mecanismos de gamificación que una arquitectura va a contemplar, es preferible consultar la taxonomía de Bartle para saber a qué tipo de “jugador” queremos satisfacer. En 1996, Bartle define cuatro tipos de jugadores, según tipos de juego y preferencias:

- Triunfadores: aquellos que buscan ganar recompensas o status virtual a través de elementos coleccionables o logros que se van desbloqueando
- Exploradores: aquellos que disfrutan descubriendo la construcción del mundo visitable o las sub---tramas, que llegan hasta los límites del juego.
- Socializadores: aquellos que se recrean en los aspectos sociales del juego, que les permiten conectar con otros jugadores o empatizar con los personajes
- Asesinos: aquellos cuyo objetivo es competir, tanto con otros jugadores como con los personajes, buscando la supremacía como fin.

Una arquitectura bien fundamentada debe apelar a todos los tipos de jugadores y ofrecer mecanismos que satisfagan al mayor tipo de jugador. Normalmente los individuos no pertenecen solo a un tipo, de modo que cuantos más tipos de juego ofrezca la experiencia, más satisfactoria será para un mayor número de usuarios.

Una vez definidas las posibilidades, según los tipos de jugadores, es hora de aplicar la gamificación a la arquitectura transmedia. Aunque esta se trata de un artefacto eminentemente narrativo, puesto que gran parte de la denominación transmedia se basa en la interactividad y la

participación del público, la gamificación se ofrece como una estrategia excelente para recompensar esta actividad y darle una dirección clara a la participación de los usuarios.

Jean Baptist Boin (2014) resume los elementos de éxito de la gamificación en cinco estrategias:

- Elaborar unas reglas claras: hay que ser capaz de darle al usuario una brújula sobre qué es lo que se espera de él en nuestro universo transmedia y cómo se puede (y no se puede) interactuar con él. Como creadores de la arquitectura, debemos crear y organizar esas normas, e incluso dejarlas disponibles para que el usuario pueda consultarlas. Se ha de seguir el principio de diseño, y que los elementos y contenidos que llamen a la acción del usuario sean obvios y se expliquen a sí mismos.
- Tener claro el objetivo de juego y su relación con los posibles núcleos: la construcción de la gamificación puede girar en torno a un núcleo de juego (un tipo de acción única para conseguir el objetivo), un doble núcleo (dos tipos de acciones que hay que combinar para lograr el objetivo), multi---núcleo (diferentes acciones que desarrollan diferentes habilidades para conseguir el objetivo) o incluso trans---núcleo (El objetivo del juego es simplemente ir pasando por las diferentes acciones disponibles, que son independientes entre sí).
- Trabajar el balance entre los riesgos y las recompensas: es inherente a las mecánicas de juego que el jugador ponga en peligro su estatus o su avatar, derivado de que sus decisiones deben tener consecuencias. Es importante mantener un equilibrio entre los riesgos, que deben ser visibles para el jugador antes de tomar las decisiones, y las recompensas que se ofrecen. Cuanto mayor es el riesgo que el usuario decide tomar, mayor debe ser la recompensa.
- La curva de dificultad: conforme el usuario progresa dentro de un mundo narrativo, se va sintiendo más cómodo con las normas y sus habilidades progresan. Es importante que la dificultad de juego progrese de manera equilibrada con el usuario, ya que en el momento que la dificultad escale más rápido que las habilidades del usuario, la arquitectura se

vuelve demasiado compleja y el usuario querrá abandonarla. Por el contrario, si sus habilidades mejoran, pero la dificultad permanece baja, la arquitectura se torna aburrida y el usuario la abandonará por falta de interés.

- La retroalimentación: los datos sobre el rendimiento propio son importantes para el usuario, que quiere saber qué tal lo está haciendo dentro de nuestro universo. Es importante mostrar estadísticas de progreso, de duración dentro del universo, de nivel alcanzado dentro de los posibles, puntos ganados y puntos por ganar, comparativa con otros usuarios, etc. La falta de retroalimentación le resta valor a la acción del usuario y pronto genera desinterés.

Aunque estas indicaciones hablan de experiencias de juego puras, los arquitectos transmedia deben llevarse esta manera de comprender la participación a sus mundos narrativos, de modo que la interacción tenga un sentido y una organización, además de contener elementos de gratificación suficientes para que estas mecánicas estén integradas orgánicamente (y no forzadas) en nuestra constelación de contenidos multiplataforma.

Como explica Jaime Valero (2005), el diseño de experiencia trabaja sobre las necesidades humanas básicas, esperanzas, temores y aspiraciones. Partiendo de este marco, busca identificar los momentos de vínculo emocional entre las personas o usuarios, las marcas, productos o servicios y los recuerdos que se producen en esa interacción.

Su objetivo es construir y modular momentos que tengan verdadero significado y valor, de modo que se cree una experiencia positiva que influya en el comportamiento del usuario/a, es decir, que comprometa profundamente al usuario con el producto o servicio.

En la construcción de estos ‘momentos memorables’ intervienen disciplinas como el diseño visual, la arquitectura de la información, el diseño de interacción, la usabilidad, la accesibilidad, la interacción persona-computadora o storytelling, que se combinan para refinar la experiencia en ámbitos como el diseño de producto, el packaging y el ambiente de venta, el uniforme o la atención al cliente.

1.2.9 El nuevo concepto de audiencias, los prosumidores

El concepto “prosumidor”, en inglés “prosumer” es un acrónimo que surge de la unión de las palabras *producer* (productor) y *consumer* (consumidor) fue anticipado por Marshall McLuhan y Barrington Nevitt, quienes en el libro *Take Today* (1972) sostienen que gracias a la tecnología electrónica las personas usuarias podrían simultanear los roles de productores y consumidores de contenidos.

Desde los años 90, a través del desarrollo de la sociedad del conocimiento y todos los cambios que fue trayendo con su expansión, se advierte el cambio de paradigma, donde el contenido poco a poco se fue convirtiendo en el elemento central, impulsor de la transformación en la forma de comunicarnos. Se enfoca en la excelencia de contenidos para generar ideas contagiosas, que, a través de la expansión, no puedan controlarse, arrojando resultados inesperados en la participación de la audiencia, generando el mayor *engagement* posible. A este fenómeno se le conoce como contenido líquido, porque permite expandir la audiencia a través de la participación (likes, compartir contenido, crear contenido y compartirlo, comentar, etc.) en los diferentes medios convergentes y cada vez más accesibles.

Para ser efectivo, el contenido líquido debe basar su desarrollo, sostenido en tres pilares: los objetivos de negocio, la marca y los intereses de la audiencia, los cuales deben estar completamente vinculados entre sí.

figura 3 Bases para el desarrollo del contenido líquido.

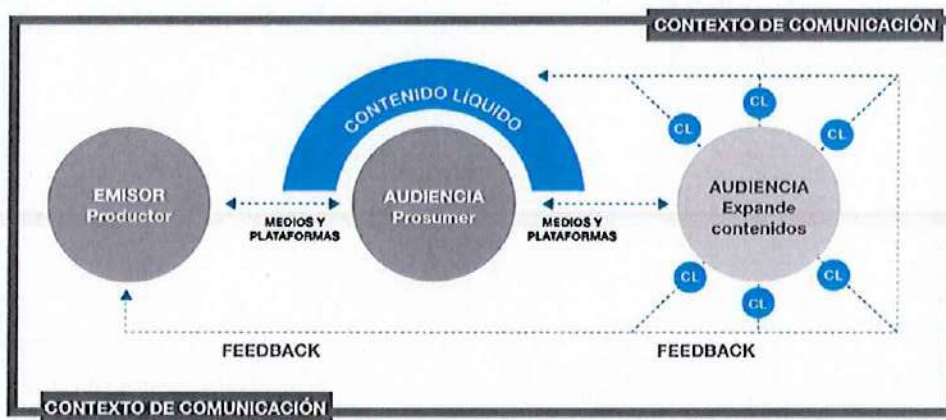


Fuente: (Vigo, 2016)

El contenido líquido permite provocar conversaciones con la audiencia a través de las historias que se van contando. Las historias aparecen en los diferentes medios como disparadores, que vinculadas entre sí, crean ideas líquidas, posibles de ser compartidas, co-producidas y compartidas en el mismo o en diferente medio. Esto hace expansivas a las ideas, porque son vulnerables de ser editadas y re editadas, transformándolas en ideas infinitas.

En resumen, los nuevos medios y su convergencia, para lograr resultados expansivos, exigen un modelo de comunicación centrado en el contenido, la bidireccionalidad, el mensaje centrado en la audiencia y el rol del contexto comunicativo.

figura 4 Modelo de comunicación transmedia



Fuente: (Vigo, 2016)

Como se puede ver en el gráfico, se plantea un modelo de comunicación centrado en la audiencia y sus intereses, en base a contenido líquido y adaptable. Es la misma audiencia, quien toma ese contenido y lo transforma para expandirlo. Las acciones que realiza el *prosumer* respecto del contenido es lo que hará evidente el grado de participación.

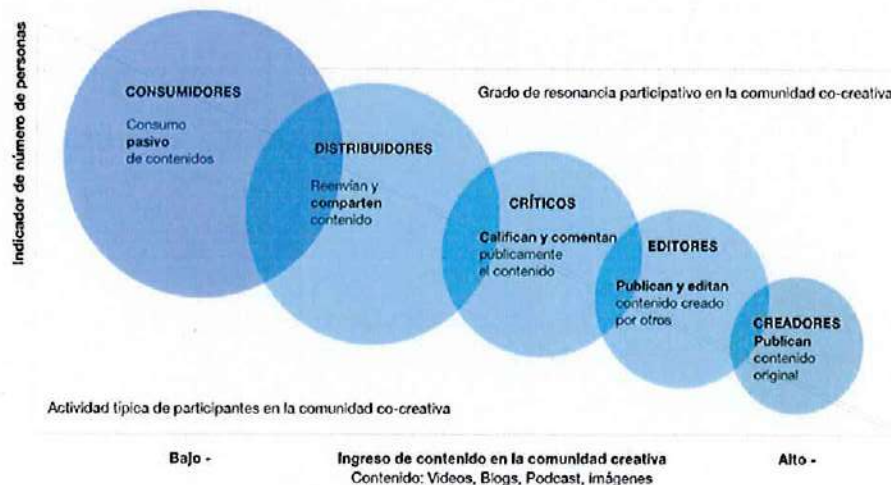
Para Gallego (2014), citando a Hayes (2007) “aunque tienen la posibilidad tácita de vincularse directamente con la creación, solo un pequeño grupo manifiesta la motivación de realizar publicaciones alternativas al canon” (p. 25-26). Teniendo en cuenta este concepto, Hayes

(2007), citado por Gallego (2014), propone un esquema de cinco perfiles en un entorno de participación en comunidad:

- Consumidores: son las personas que, expuestas al contenido, hacen una lectura pasiva de lo que ven. Consumen la información, sin expandirla.
- Distribuidores: son las personas que envían información que creen interesante a sus conocidos. La acción más común dentro de este grupo es el “compartir contenidos”, ya sea en el mismo o en otro medio.
- Críticos: es la parte de la audiencia que realizan comentarios públicos y opinan sobre cierto contenido expuesto.
- Editores: son los usuarios que mezclan y editan los contenidos creados por otros y lo expanden.
- Creadores: es la parte de la audiencia que crea contenido nuevo.

En el siguiente gráfico se reproducirán estos conceptos para poder identificar claramente los niveles de participación.

figura 5 El mito de la participación en la web



Fuente: reconstrucción del autor en base a Hayes (2007) citado por Gallego (2014)

A partir de este gráfico, es posible visualizar la ruptura hacia un nuevo modelo de comunicación, dejando atrás la comunicación unidireccional, centrada en el emisor y sus

necesidades. En este modelo el usuario-receptor se convierte también en un componente activo dentro del esquema, ya que sus interacciones definirán realmente el flujo del contenido y en definitiva medirá el éxito de la comunicación.

1.2.10 El mercado de contenidos, posibilidades de circulación y distribución del transmedia

Hoy en los transmedia el éxito se mide por múltiples parámetros. Es mucho más complejo y seguirá complejizándose: likes, búsquedas en Google, número de bajada de cookies, de formularios completados, cantidad de veces que fue compartido en redes sociales, tuits, etc. y también la tradicional cantidad de tickets vendidos, aplausos y rating. Pero en definitiva, el éxito tangible se medirá con la cantidad de tiempo que el usuario está en contacto con el contenido, de forma tal que a través de diversos métodos y caminos se monetizará cada acción. (Kirzner, 2014, p.110)

Desde la perspectiva de los Estudios Culturales y la Economía Política de los Medios, Marshall (2002) habla de una matriz intertextual (*intertextual matrix*) integrada por bienes de consumo intertextual, por la que la industria implementa una intrincada red multimedia (cine, videojuegos, libros, revistas...) alrededor de un producto central (por ejemplo, una serie de televisión), al que ninguno de los componentes de la red deja de hacer referencia, con el objetivo de atraer al público y retenerlo dentro de un mismo sistema de entretenimiento (p. 69). Diez años antes, y desde los Media Estudios, Marsha Kinder (1991) ya daba cuenta de procesos similares en su estudio de la franquicia originada en el mundo del cómic Las Tortugas Ninjas, sobre la que construyó su teoría de los supersistemas de entretenimiento transmedia (*transmedia entertainment supersystems*), es decir, la expansión con carácter marcadamente comercial de una franquicia a través de múltiples plataformas mediáticas.

La permeabilidad de la narrativa transmedia ha hecho que proliferen en los últimos años estrategias de marketing diseñadas para construir o fortalecer la marca de las franquicias de entretenimiento y, con ello, rentabilizar la implicación de los fans con las mismas (Scolari, 2009). En este tipo de desarrollos, y sin alejarse de los planteamientos de Marshall y Kinder, se observa una jerarquía clara entre las extensiones o unidades que componen un sistema transmedia.

En ese sentido, cada formato tiene unos modos de experiencia y unas posibilidades expresivas. Pensar en transmedia, tanto desde lo narrativo como desde lo experiencial, pasa por tener en cuenta las ventanas o puertas que puede tener un proyecto de estas características:

- Formato escrito en papel o digital (con interactividad limitada): experiencia típica de la literatura.
- Artes escénicas o eventos en el mundo real/analógico: inmediatez física con las relaciones en directo, dado que el usuario está de cuerpo presente en el entorno donde sucede la experiencia / historia. Esto puede provocar emociones más fuertes. En el caso de los eventos, pueden relacionarse con dinámicas típicas de los juegos de rol.
- Cómic: combina ilustración y escritura. Su modo de lectura podría parecer, para los no iniciados, de carácter ligero, pero esto dependerá del guion. El hecho de que sea más fácil y barato dibujar que modelar en 3D hace que sea un lenguaje que se explote para llevar a los personajes a mundos imaginarios o lejanos en el tiempo (en la serie Fringe, Peter, uno de los protagonistas, viaja a la era de los dinosaurios en uno de los cómics que se lanzan entre dos temporadas).
- Cine: experiencia estética audiovisual con las posibilidades expresivas que esto tiene a nivel narrativo (saltos temporales o refuerzo sonoro).
- TV: serialidad, ritmo, hibridación de formatos (esto también está presente en la TV).
- Internet: el hipervínculo, la interactividad, personalización, sociabilización digital, inmediatez y la interactividad inherente al medio. En este punto deben tenerse muy presentes las redes sociales y sus posibilidades.
- Tablets y móviles: la ubicuidad, capacidad de consumo audiovisual en cualquier lugar, geolocalización o aprovechar cookies para personalizar la experiencia (El proyecto Do Not Track del National Film Board es un ejemplo perfecto en relación con la privacidad en internet).
- Videojuegos: el protagonismo del usuario y la interacción con otros usuarios en caso de que sea online. En este sentido la serie Defiance hace un interesante cruce entre serie de televisión y videojuego, haciendo que uno y otro evolucionen paralelamente y se influyeran a nivel narrativo.

La televisión ya no se ve exclusivamente en el televisor. Internet y la telefonía móvil destacan como dos plataformas muy atractivas para distribuir contenidos audiovisuales. Por un lado, permiten a la audiencia una mayor participación y un uso a la carta. Por otro, implica para productores y emisores nuevas oportunidades de negocio. Pero, el contenido multimedia deberá resultar muy interesante para el público y más rentable para sus creadores. A día de hoy, los PC, televisión digital y teléfonos móviles, buscan su hueco en un mercado que cada vez tiende más a centrarse en contenidos. De hecho, cualquier terminal es susceptible de ofrecer diferentes servicios. Las cadenas de televisión si quieren tener clientes fijos en el futuro van a tener que innovar en contenidos y desarrollar fórmulas nuevas, sino lo van a tener muy complicado. Hay que crear formatos y productos nuevos, y adaptar las viejas formas de hacer cultura a las nuevas.

Esto ha hecho que a comienzos de este siglo, algunos profesionales de la industria audiovisual hayan empezado a pensar seriamente en cambiar la manera de plantearse la obtención de beneficios"[...] "la llegada del tercer milenio y sus innovaciones, produce una sensación de incertidumbre en los profesionales del ámbito de la comunicación y de la industria de los contenidos, y los nuevos modelos de producción, distribución y comercialización de sus productos se deben adaptar a la nueva realidad. (Pérez de Silva, 2002, p.177).

Los nuevos medios han permitido que se establezcan nuevas formas de producción, exhibición y circulación de los contenidos, los usuarios como protagonistas de este esquema posibilitan que el universo se expanda y llegue a hablarse de experiencias, en las que cada quien puede decidir que quiere ver y como hacerlo. Los sistemas transmedia surgen de lenguajes previos y actualmente se encuentran en desarrollo, más adelante puede que evolucionen a una nueva lógica que involucre lo digital, lo físico y las inteligencias artificiales de las cuales ya se están hablando también.

Desde ese contexto, la prospectiva intenta colocarse por encima de la individualidad para adentrarse en la búsqueda de la acción común de los actores sociales, incorporando también los intereses materiales, las concepciones y percepciones de los colectivos. De esta manera se incorporan todos los aspectos necesarios para la construcción colectiva del bien común en el espacio de lo público. Entendemos que

la prospectiva es una metodología que se pone al servicio de los actores sociales para la construcción colectiva del futuro. (Uranga, 2008, p.4)

En ese sentido, hablar de prospectiva estratégica en el campo de la comunicación es dar por hecho que se necesita mirar hacia el futuro para realmente poder generar cambios significativos en el presente, el tema de la comunicación puede que no sea ajeno para nadie, sin embargo; hablar de transmedia para algunos es centrarse en un escenario que aún falta mucho por teorizar o replantear. En la actualidad se habla más de las posibilidades que tienen los contenidos en la era del *new media* y de cómo la vinculación de nuevas realidades construidas posibilita una mejor experiencia para los contenidos tanto de ficción como de no ficción.

CAPÍTULO 2 COMPONENTE PRÁCTICO

2.1 Descripción de antecedentes, contexto y situación actual del transmedia en Colombia

La producción de transmedia en Colombia ha sido variada y con un alto nivel de desarrollo en las propuestas, su exhibición y distribución se hace principalmente a través de Internet, replanteando otra idea de industria porque el espectador no tiene restricciones de acceso, y no paga por ver los contenidos. En el año 2012 aparece *Cuentos de viejos*, el primer proyecto documental transmedia, un repositorio de historias orales contadas por adultos mayores donde recuerdan su infancia y las historias que vivieron. *Cuentos de viejos* inicialmente tenía dos soportes: una serie animada en 2D para televisión y una plataforma colaborativa online en internet, en la cual se pueden seguir sumando testimonios con el fin de configurar un gran álbum oral.

Desde el año 2012 el número de proyectos ha continuado creciendo en Colombia, siendo significativo y prolífico el avance de proyectos new media. Algunas propuestas están centradas en el diseño de la interfaz y en la interacción, mientras que otras iniciativas apuntan más hacia el desarrollo transmedial y el uso de multiplataforma. Con el fin de establecer las iniciativas que se han realizado en Colombia se ha diseñado un cuadro en el que se mencionan los proyectos, las temáticas y sus enlaces. Se pudieron rastrear 106 proyectos que incluyen al menos un producto expandido.

Tabla 2 Proyectos Transmedia e interactivos en Colombia 2012 -2018

Nº	TÍTULO	AÑO	DIRECTOR/ES	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
1	Cuentos de viejos	2012	Marcelo Dematei, Carlos Smith, Laura Piaggio y Anna Ferrer	Documental	Relatos orales, memoria.	http://cuentosdeviejos.com
2	Proyecto Rosa	2012	Juanita León y Olga Lucía Lozano	Documental	Memoria, conflicto armado, violencia.	http://proyectorosa.com
3	El charco azul	2013	Irene Lema	Documental	Memoria, cuentos rurales.	http://www.elcharcoazul.co/
4	Butrón cuentos para niños con barba	2013	David Ríos, KUKU Design	Animación	Aventura, fantasía.	https://www.capitanbutron.com/
5	Tierra de cantores	2013	Carlos Manuel Hoyos	Documental	Patrimonio cultural, música.	http://www.tierradecantores.net
6	Qué pasa Colombia	2013	Olivier Hoffschir y Thomas Petitberghien	Documental	Patrimonio cultural, música.	http://www.quepasacolombia.net
7	Mnemea	2013	Ana Teresa Arciniegas	Documental	Patrimonio cultural	http://www.anateresaarciniegas.com/musunab/index.php
8	Les voy a contar la historia	2013	Ricardo Torres	Documental	Medio ambiente.	http://lesvoyacontarlahistoria.com/index.php/es/
9	Memorias del Río Atrato	2013	Varios realizadores	Documental	Violencia, memoria.	http://www.memoriasdelatratro.org
10	4 ríos	2014	Elder Manuel Tovar	Documental	Violencia, conflicto armado.	http://www.4rios.co
11	Las crónicas elefantiles	2014	Miguel Otálora	Animación	Aventura, fantasía.	http://www.lascronicaselefantiles.com/
12	El centro: Bogotá	2014	Varios realizadores	Documental	Memoria, ciudad, espacio público.	http://elcentro.com.co
13	El naranjal	2014	Juan David Escobar	Documental	Ciudad, gentrificación.	http://www.antesquedesaparezca.com/elnaranjal/
14	Picó, la Máquina	2014	Roberto de Zubiría, y Sergio Zaraza	Documental	Identidad, música.	http://www.pico.com.co/

	Musical del Caribe					
15	Pregoneros de Medellín	2015	Ángela Carabalí y Thibault Durand	Documental	Espacio público, trabajo informal.	http://www.pregonerosdemedellin.com
16	Paisaje Cultural Cañón del Chicamocha	2015	Ana Teresa Arciniegas	Documental	Patrimonio cultural.	http://www.anateresaarciniegas.com/chicamocha/
17	Paciente	2016	Jorge Caballero	Documental	Sistema de salud.	http://pacientedoc.com
18	Yo no soy	2016	Máximo Castellanos	Documental	Identidad de género, diversidad.	http://yonosoy-idoc.net
19	Proyecto ciudad. Más que paredes	2016	Carlos Beltrán y Frank Rodríguez	Documental	Ciudad, espacio público, arquitectura.	http://masqueparedes.proyectociudad.com.co
20	Aislados	2016	Marcela Lizcano	Documental	Patrimonio Cultural.	http://www.aislados.co/
21	Colombia Salvaje.	2016	Richard Tamayo	Documental	Política, corrupción.	http://colombiasalvaje.com
22	Álbum familiar colectivo	2016	Alejandra Rojas	Documental	Memoria.	http://albumfamiliarcolectivo.com
23	Radio Vallenata	2016	Colectivo La nésima, Ana Milena Garzón	Documental	Memoria, migración.	http://www.haciaellitoral.org/radiovalleata/
24	Proyecto pacífico	2016	Comunidad Ladrilleros	Documental	Memoria, tradición oral.	http://www.sommagroup.com/ladrilleros/site/
25	Saberes y quehaceres	2017	Ana Teresa Arciniegas	Documental	Patrimonio cultural	http://www.anateresaarciniegas.com/saberes/
26	Sin oficio	2017	Laura Cárdenas	Documental	Memoria.	http://www.sinoficio.com.co/
27	Desarmados	2017	Fabio Díaz, Paola Morales y Juan Sebastián Zuluaga	Documental	Memoria, conflicto armado.	http://desarmados.org/
28	Imagina la paz	2017	Corporación Lumen 2000	Documental	Memoria, conflicto armado.	http://www.imaginalapaz.com/

29	Extracciones	2017	Sara Motoya Sepúlveda	Documental	Diario personal, narración autobiográfica	http://cargocollective.com/extracciones/
30	Benkoz	2016	Jean Paul Zapata	Documental	Memoria, identidad.	http://benkoz.com/
31	Aguablanca: Pacífico Urbano	2016	Stephanie Lopez, Jahiber Andrés Muñoz	Documental	Memoria.	http://www.aguablancapacificourbano.co/mapa/inicio
32	Destinos	2016	Alexander Giraldo	Ficción	Memoria	http://destinospelicula.com/proyecto-transmedia/
33	Colombia loops	2015	Jhoana Pinzón	Documental	Memoria, música	http://poliedro.com.co/portafolio/tecnologias-creativas/colombian-loops
34	Atrarraya: Escuela Itinerante	2013	Jhonny Hendrix	//	Educación	http://www.antorchafilms.com/index.html#parrafo2
35	Dulce y Salada	2018	Jorge Panchoaga	Documental	Memoria	http://dulceysalada.com/
36	La radio va llena: Estación Viajera	2015	//	Documental	Memoria	http://haciaellitoral.org/radiovallena/?fbclid=IwAR2VOyGNUM5d-UjTPowFIY-40bCSx1gWd5ECTwll6f3Tg0N-HnAg3qcE5M
37	Anahí, la guerra del corazón, de la serie la azul	2018	//	//	//	//
38	Pasos de Libertad	2017	Diana Cuervo y Fernanda Pachón	Documental	Memoria	M5d-UjTPowFIY-40bCSx1gWd5ECTwll6f3Tg0N-HnAg3qcE5M
39	Viaje al centro de la laguna	2018	//	//	//	//
40	Champeta en mano	2018	//	//	//	//
41	La piragua: Descubrimiento el Magdalena	2017	Estudiantes de la Universidad de Magdalena	Documental	Memoria	https://lapiragua.com.co/
42	Spirit of Gospel		//	Documental	Memoria	//
43	Guaca Guanga	2017	Mauricio Telpiz	Documental	Memoria	https://www.youtube.com/watch?v=2hdckf4E2Cs
44	Alma	2017	Santiago León, Alma Betancur y Jerónimo Cardona	Ficción	Memoria	https://www.youtube.com/watch?v=uVEGNUNn7w
45	Boxeadora	2017	//	Ficción		//
46	Cocineros sobre ruedas	2017	//	Documental	//	https://www.youtube.com/watch?v=L_czK8oj5ml
47	Protegidos	2018	Iván Luna, Diana Pérez, Miguel Antonio Zanguña	Ficción	//	https://vimeo.com/257147491

48	Zamayama	2017	Rafael Mojica Gil	Documental	Memoria	https://www.youtube.com/watch?v=Fu9UNrqe6B0
49	La vida es un meme	2018	Darío Vejarano Tafue	Ficción	//	https://www.youtube.com/channel/UC_I_RrLVCJW30H006JXJk
50	Flow Importado	2018	//	Documental	Memoria	https://telemedellin.tv/programas/flow-importado/
51	Burócratas	2018	//	Documental	//	https://www.youtube.com/watch?v=FGEu5mnh5c&feature=youtu.be
52	¡Nami! Telmbi vive	2013	//	Documental	Memoria	//
53	Caminando con nuestra música ancestral	2017	Sebastián Gabriel Galvis Forero	Documental	Memoria	https://www.youtube.com/watch?v=bAKkPCZLxn0&t=15s
54	Aire de mis ancestros	2017	//	Documental	Memoria	https://www.youtube.com/watch?v=PloaANEy3mw
55	Alma y sonido uno será	2017	Marco Paredez M	Documental	Memoria	http://almaysonidounoseran.com/
56	Drums	2017	//	Documental	//	//
57	Fruit Form Raizal	2017	//	Documental	//	//
58	Kamashik el camino del baston	2017	//	Documental	//	//
59	El buen verdugo	2017	Iván Wild	Ficción	Memoria	https://www.youtube.com/watch?v=uQemZNSmfvw https://www.youtube.com/watch?v=UpPNVN-ohtw
60	Mosquera: Historia, poder y demencia.	2018	Marco Paredez	Ficción	Memoria	https://www.miniseremosquera.com
61	Anku Tuque ofrenda a los muertos	2018	Maryoli Ceballos	Ficción	Memoria	https://www.youtube.com/watch?v=H6z0tzeC8d4
62	Casilda grito de libertad	2018	Derby arboleda	Ficción	Memoria	https://www.youtube.com/watch?v=ZRR6jNjPRIU
63	Ya'Ha (Jidra Nasa)	2018	//	Ficción	//	https://www.youtube.com/watch?v=ZRR6jNjPRIU
64	Archk Miskukuna. Saberes y Sabores	2018	//	Documental	//	//
65	Tugta, pinta de pensamiento	2018	Fernando Shihad Guerrero	Documental	//	//

66	La comida en la historia del pueblo negro	2018	//	Documental	//	//
67	En Busca de "árbol grande"	2018	//	Documental	//	//
68	Katsa+Nkaltain+Kailmtu (regreso a mi territorio)	2018	//	Documental	//	//
69	El viaje a Luna	2018	//	Documental	//	//
70	Generación Tech	2018	//	Documental	//	//
71	Dios te salve, María	2018	//	Ficción	//	//
72	A la luz de mi oscuridad, Francisca Josefa del Castillo	2018	//	//	//	//
73	Dios Al Amigo	2018	Iván Gaona	Ficción	//	//
74	Travesía Urbana 1: Colores y Ritmos	2012	//	//	//	//
75	Nunca decir Nunca	2013	//	Documental	//	www.nuncadecirnunca.com
76	En Búsqueda	2014	Natalia Rivera	Ficción	//	http://www.enbusquedabogota.cc/
77	Red Pandora	2015	Fabián Bonilla	Ficción	//	https://www.facebook.com/TodosporLaura
78	Atrapado en el pasado "10.98"	2016	Sergio Nova	Documental	Memoria	https://vimeo.com/216585855
79	Crónica de una ciudad que fue	2017	Jorge Caballero	Documental	Memoria	https://cronicadeunaciudadquefue.com/
80	Las extraordinarias e inverosímiles aventuras de Biófilo Panclasta	2017	//	Ficción	//	//
81	#Yo soy diverso	2018	Norberto Díaz	Documental	Diversidad	https://vosoydiverso.wixsite.com/vosoydiverso
82	Crealab	2018	Norberto Díaz	Documental	Expresiones artísticas	https://ndiaz767.wixsite.com/crealabudi
83	Cuásar	2017	Miguel Ángel Correa	Experimental	Inclusión	https://www.cuasaraudiovisual.com/cuasar/

84	La esmeralda ladrillos de otro tiempo	2017	Juan José Velásquez	Documental	Memoria	https://www.cuasaraudiovisual.com/la-esmeralda/
85	Fih Wih	2017	Carolina Ospina	Documental	Identidad, memoria	http://www.eafit.edu.co/medialab/lineas-accion/Paginas/Fih-Wih.aspx
86	Cacique candela	//	Alexy Triana, Carlos Álvarez y Nora Cardona	Ficción	Diversidad	http://www.eafit.edu.co/medialab/lineas-accion/Paginas/Cacique-Candela.aspx
87	Ciencia de lo cotidiano	//	César Franco y Juan Carlos Luján	Documental	Ciencia	https://projects.invisionapp.com/share/RS98QD2H7#/screens/203303658
88	#Noescomolapintan	//	Inti Bachué Buevas	Documental	Memoria	https://intybueltas.wixsite.com/noescomo
89	Jardín de Visión	2017	Diana Rico y Richard Décaillet	Documental	Memoria, biología	https://4direcciones.tv/jardin-de-vision/
90	Collab	2017	Marcela Lizcano y Lorraine Price	Experimental	Expresiones artísticas	http://www.collabvrproject.com/
91	Secuestrado	2017	Mauricio Vélez	Ficción	Violencia	http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/peliculas_colombianas/pelicula_plantilla.php?id_pelicula=2414
92	El cóndor	2017	José Arcos	Animación	Aventura, fantasía.	http://www.signos.com.co/producciones.html
93	El beat VR	2017	Irene Lema	Experimental	Identidad, memoria, tradición musical.	http://elbeatvr.com/
94	Aprende con mucho trópico	2017	Andrés Carvajal	Documental	Política, corrupción.	https://www.youtube.com/watch?v=QFZ16lmVrUE
95	My awesome pet zombie	2017	Andrés Cajigas	Animación	Aventura, fantasía.	https://labtoon.co/portfolio/my-awesome-pet-zombie/
96	Talión	//	Felipe Martínez	Ficción	//	http://www.proyectil.net/transmedia-comerciales/
97	Yo te llevo a Brasil	//	Juan Felipe Orozco	Ficción	Comedia	http://www.proyectil.net/portfolio_page/yo-te-llevo-a-brasil/
98	El rastro de la mariposa	2017	Carlos Smith	Animación	Aventuras, fantasía	https://www.hierro.tv/el-rastro-de-la-mariposa
99	Mostros afechantes	2014	Carlos Smith	Animación	Aventuras, fantasía	https://mostrosafechantes.com/
100	Omí VR	2018	Canela Reyes y Juan Sebastián Cabrera	Experimental	Memoria, ancestralidad	http://omivr.com/

101	Artific I.O.	2018	Jorge Caballero	Documental	//	http://www.gusano.org/video/artificio/
102	The Kitchen	2018	Fosfenos Media Ltda y Ziah Frost Media inc.	//	//	//
103	Espectros	2018	V Cinema SAS y Lorenzo Orzari	//	//	//
104	Arctic Horror Stories	2018	Conexión Creativa SAS y Taqqut Production Inc	//	//	//
105	Pasantes	2017	Laberinto cine y televisión	//	//	//
106	Pueblito blanco	2018	Marta Ligia Jiménez	Documental	Memoria	https://elartilugiodemadera.com/

Fuente: elaboración propia.

Luego de realizar la base de datos se diseñó un formato de ficha técnica con: el título, el año, el género, la temática, el enlace, la sinopsis, el equipo técnico, los productos expandidos, el tipo de interacción, los premios o nominaciones obtenidas, los estímulos y la financiación que obtuvo el proyecto. Luego se elaboró una ficha técnica por cada uno de los 106 proyectos transmedia que se fueron encontrando a medida que avanzó la investigación.

Los agentes públicos encargados de algunas convocatorias como: CREA digital, IDARTES, Conexión Transmedia, Proimágenes y ANTV, proporcionaron a esta investigación los listados de los estímulos otorgados durante los 6 años en los que se enfoca el estudio. El rastreo de producciones elaboradas por profesores o estudiantes de Universidades se hizo a través de correos electrónicos. El seguimiento a los proyectos ejecutados con recursos propios de productoras audiovisuales se hizo por medio de una búsqueda personalizada.

La visualización de los proyectos en internet y la elaboración de las 106 fichas técnicas resultó relevante para determinar las temáticas, la expansión de los productos transmedia, las ventanas de exhibición, los festivales especializados en los que han participado y las fuentes de financiación de este tipo de proyectos audiovisuales (Ver Anexo 1. Fichas técnicas).

Varios de los proyectos tienen actualmente su enlace inactivo o no se encontró mayor información sobre el mismo. Particularmente los proyectos financiados por la ANTV cuentan con

un producto expandido. Sin embargo, al ser transmitidos por televisión, fue difícil hacer seguimiento al producto expandido.

Tabla 3 Ejemplo de ficha técnica

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
1	Cuentos de viejos	2012	Documental	Relatos orales, memoria	http://cuentosdeviejos.com
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
Cuentos de viejos es un documental colaborativo transmedia, el proyecto colecciona y organiza pequeñas historias personales contadas por gente mayor. Por medio de la serie animada de TV, y el sitio web, se integran los testimonios a las plataformas contemporáneas y se busca una reflexión sobre la memoria y la identidad que traen los relatos contados.			<p>Creado por: Marcelo Dematei- Ana Ferrer- Laura Piaggio - Carlos Smith Dirección: Carlos Smith- Marcelo Dematei Producción: Carlos Smith Coproducido por: HIERRO animación, Piaggiodematei y Señal Colombia Proyecto Online: Laura Piaggio Sonido: Banda Sonora Original BSO- Edi Calderón eDIC</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS		ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN	
<p>* Aplicación para dispositivos móviles (Cuentos de viejos APP) * Convocatoria ¡Tu viejo en la tele! * Convocatoria proyectos para colegios</p>	<p>Colaborativa Página web, serie de tv lineal.</p>	<p>2016- Finalista Prix Jeunesse Internacional, categoría No-Ficción, Munich, Alemania. 2015- *Premio Comkids/Prix Jeneusse Iberoamericano, categoría No-Ficción, San Pablo, Brasil. *Premio TAL a la Producción de Microprograma. Otorgado por la Red de televisiones culturales de América Latina. *Premio Lápiz de Acero, Mejor Diseño audiovisual. Colombia. *Premio India Catalina a la Innovación o Mejor Nuevo Formato para TV. Colombia. 2014- * Premio TAL a la Producción Innovadora. Otorgado por la Red de Televisiones Culturales de América Latina. Uruguay. *Premio TAL a la Producción de Microprograma. Otorgado por la Red de Televisiones Culturales de América Latina. Uruguay. *Premio India Catalina a la Innovación o Mejor Formato Televisivo. otorgado por la Academia de TV de Colombia. Colombia. *Premio Golden Kuker-Soffia, categoría "Mejor episodio de serie de TV". Bulgaria. 2012- *Premio CITIA/Imagnove al Mejor Proyecto Crossmedia. Anney Animation Festival. Francia. *Premio Adobe Educación al Mejor Proyecto Crossmedia. Anney Animation Festival. Francia. *Premio INA Expert. Anney Animation Festival.</p>		<p>Estímulo Crea Digital, Señal Colombia</p>	

Fuente: elaboración propia

2. 2 Matriz de análisis proyectos transmedia realizados en Colombia entre 2012 - 2018

En relación a uno de los objetivos de la investigación: analizar la información cuantitativa y cualitativa recolectada a partir de la aplicación de instrumentos a los agentes e instancias involucrados en el desarrollo del transmedia y sus dimensiones en Colombia. Luego de ver el material audiovisual y en base a la información de cada ficha técnica se realizó una matriz de análisis con el fin de establecer los aspectos particulares susceptibles de ser analizados. En la matriz nos centramos en tres áreas fundamentales: realización, exhibición - circulación y, financiación. Se tomó como unidad de análisis las obras transmedia y la información de cada ficha técnica (Ver Anexo 2. Matriz de análisis y sistematización).

Las variables de análisis variaron para cada área. Para producción las variables de análisis: género, temática, diseño y audiencia; en exhibición y circulación las variables: productos expandidos y premios o nominaciones obtenidas en festivales especializados; finalmente en financiación, se tuvieron en cuenta los estímulos y otras fuentes de financiación. Las preguntas de investigación se plantearon en función de las variables.

Tabla 4 Síntesis matriz de análisis proyectos transmedia

ÁREA	UNIDAD DE ANÁLISIS	VARIABLES DE ANÁLISIS	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN
PRODUCCIÓN	OBRAS TRANSMEDIA	Género	¿cuál género audiovisual se ha empleado más en las obras transmedia documental, ficción, animación o experimental?
		Temática	¿cuáles temáticas han sido abordadas en los transmedia?
		Diseño	¿qué tipo de especificidades técnicas tiene estos proyectos? ¿realizan un guion de navegación? ¿realizan un guion de interacción? ¿cuáles Softwares utilizan? ¿en función de cuáles aspectos se conforma el equipo de trabajo interdisciplinario? ¿establecen un canal de comunicación con los usuarios? ¿los usuarios pueden modificar o colaborar con los contenidos?

			¿cómo registran las obras transmedia ante la dirección nacional de derechos de autor como una obra total o cada producto expandido por separado?
		Audiencia	¿hay un público objetivo para los proyectos transmedia? ¿al estar en internet los transmedia van dirigidos a audiencias jóvenes? ¿realizan estudios de audiencias? ¿tiene en cuenta el número de visitas al proyecto? ¿emplean el posicionamiento SEO o buscadores web como estrategia de mercadeo?
EXHIBICIÓN/ CIRCULACIÓN	OBRAS TRANSMEDIA	Productos expandidos	¿cuáles son las ventanas de exhibición empleadas en los productos expandidos transmedia? ¿cuáles dispositivos son los más usados? ¿algunos de los proyectos transmedia están en los repositorios de consulta o dentro de los contenidos de los puntos Vive Digital? ¿cuáles son los productos multiplataforma que se han realizado en Colombia? ¿qué tipo de dispositivos suelen ser los más empleados?
		Premios o nominaciones obtenidas	¿en cuáles festivales nacionales han participado los proyectos transmedia colombianos? ¿en cuáles festivales internacionales han participado los proyectos transmedia colombianos? ¿los festivales especializados son online o presenciales? ¿cómo se exhiben los diferentes productos expandidos? ¿qué categorías y premios hay los festivales especializados?
FINANCIACIÓN	OBRAS TRANSMEDIA	Estímulos	¿cuáles son los actores institucionales que interviene en la promoción y financiación de los productos transmedia? ¿existe un modelo de producción transmedia en Colombia? ¿cuál es la ruta de apoyo existente para los transmedia? ¿cuáles son las convocatorias o estímulos ofertados desde el Ministerio TIC y el Ministerio de Cultura? ¿existe un portafolio de estímulos regionales o locales para realizar obras transmedia? ¿cuáles son las particularidades del mercado de contenidos digitales?
		Otras fuentes	¿cómo se ha dado la cofinanciación extranjera en la producción transmedia colombiana? ¿cómo se ha dado la cofinanciación nacional en la producción transmedia colombiana? ¿las instituciones educativas han sido una fuente de financiación e investigación de la producción transmedia? ¿qué tipo de alianzas pueden establecerse con la empresa privada para cofinanciar obras transmedia?

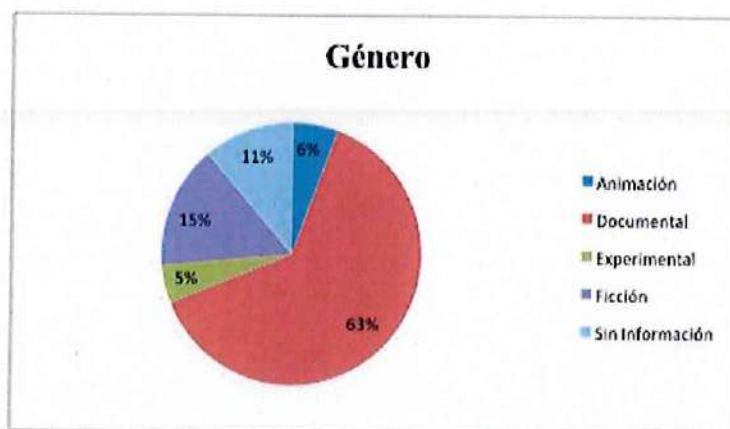
Fuente: elaboración propia.

A continuación algunos gráficos que ilustran los resultados de cada variable analizada.

2.2.1 Género audiovisual y temáticas

Con base en la información recogida en las fichas técnicas se pudo determinar que el 63% de las obras transmedia realizadas en el país pertenecen al género documental, el 15% a ficción, el 6% a animación y, finalmente solo el 5% son obras más experimentales. La afinidad de las obras de género documental al universo transmedia se puede deber, en alguna medida, a la experimentación y nivel de improvisación constante de las obras que son una interpretación creativa de la realidad. Otra de las razones podría ser por la afinidad del documental con los new media puede deberse al sistema de producción reducido que emplea el documental y que permite ampliar el equipo técnico hacia otras áreas disciplinares afines al audiovisual.

Gráfico 1 Género audiovisual



Fuente: elaboración propia.

Otra de las posibles razones de la relación entre el género documental y la multiplataforma es la afinidad de los temas abordados en el documental con los temas desarrollados en los transmedia. Con base en la información de la base de datos (Tabla 2.) se pueden plantear dos premisas entorno a las temáticas de las obras documental y es que la gran mayoría de proyectos giran en torno a la preservación de la memoria en dos sentidos: el primero; en su relación con lo patrimonial porque el audiovisual, y específicamente el documental, intenta rememorar los legados culturales o artísticos como sedimentaciones del pasado que definen a un grupo de individuos en

el presente. Por otro lado, la segunda vía en la que se han realizado las propuestas también hace alusión a la memoria, pero relacionada más con el conflicto armado colombiano a través de relatos que rememoran los hechos violentos del conflicto armado.

2.2.3 Productos expandidos por disciplina

En referencia los productos expandidos fueron preciso clasificar por disciplinas dentro del área de conocimiento de las artes así: artes audiovisuales (ficción, documental, animación, experimental), artes visuales (fotografía, instalación, pintura, escultura, dibujo), literatura (cuento, libro, historieta), música (álbum, conciertos), artes vivas (teatro, performance, títeres, narración oral, danza), formación (cursos, simposios, charlas, seminarios), diseño (e-book), entre otros. Asimismo, se estableció el tipo de interacción y los dispositivos para los que están diseñados (televisión, página web, blog, App dispositivos móviles, realidad virtual, realidad aumentada).

Gráfico 2 Productos expandidos por disciplina



Fuente: elaboración propia.

Si bien, la mayoría de proyectos transmedia apuntan a la realización de un proyecto audiovisual con un 39,7%, la afinidad por productos expandidos se relaciona con las artes visuales 19,2% y en menor medida con el diseño 9,6%. Siendo artes vivas el menor campo disciplinar abordado y esto explicaría en parte porque no hay casi propuestas de productos offline expandidos. Asimismo, los productos diseñados en literatura 6,8% suelen ser también experiencias online bajo el diseño de e-books. No obstante, los productos relacionados con música 5,5% suelen ser conciertos en vivo o álbumes musicales. Se decidió incluir pedagogía más que como una disciplina

por agrupar los proyectos que han desarrollado estrategias pedagógicas como foros de discusión, seminarios o cartillas.

2.2.4 Tipos de productos expandidos

Las series fotográficas y las series web cada una con un 13,7% abanderan los productos expandidos de los proyectos transmedia realizados en Colombia. Lo serial se constituye en una característica al pensar en ampliar el universo transmedia. Lo serial entendido como un conjunto de cosas con características comunes o relacionadas entre sí que se suceden unas a otras.

Por un lado, en el caso del serial web o televisivo sus episodios no poseen unidad argumental en sí mismos, sino que las tramas quedan abiertas para los capítulos siguientes, ampliando la posibilidad de crecer, aún más, la expansión del proyecto. Por otro lado, las series fotográficas suelen ser digitales o expuestas en un espacio. Las series fotográficas como un conjunto de fotografías que poseen la misma temática, no siempre están unidas de forma indisoluble por una idea común estética o técnica. Muchas de las llamadas series fotográficas de los productos transmedia, suelen ser el registro fotográfico de la obra audiovisual o el detrás de cámara, pero no fueron concebidas como un proyecto visual independiente y consistente en sí mismo.

Gráfico 3 Tipos de productos expandidos



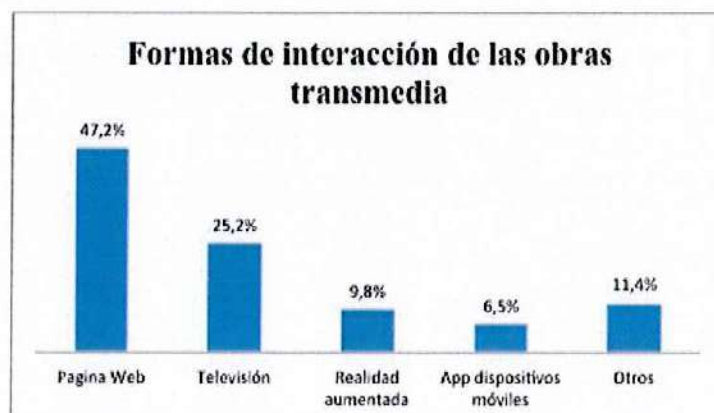
Fuente: elaboración propia.

En el caso de las instalaciones 5,5% no todas son interactivas o con un grado inmersión por parte del espectador. Las experiencias inmersivas de videojuegos 4,1% sobresalen frente a la de los juegos 1,4%, estos últimos entendidos como juegos no competitivos que se utilizan más como estrategias pedagógicas sobre el contenido temático de la obra transmedia.

2.2.5 Formas de interacción de las obras transmedia

La forma de interacción más empleada es a través de una interacción simple a través de página web 47,2 %, los contenidos están dispuestos en una interfaz para que el usuario navegue según su preferencia, sin que necesariamente haya colaboración o modificación alguna sobre los contenidos alojados en la página web. Igual sucede con las series o contenidos de televisión 25,2% en los que el espectador permanece pasivo ante el contenido. En un menor porcentaje se encuentran las experiencias inmersivas en realidad virtual y realidad aumentada 9.8%.

Gráfico 4 Formas de interacción de las obras transmedia

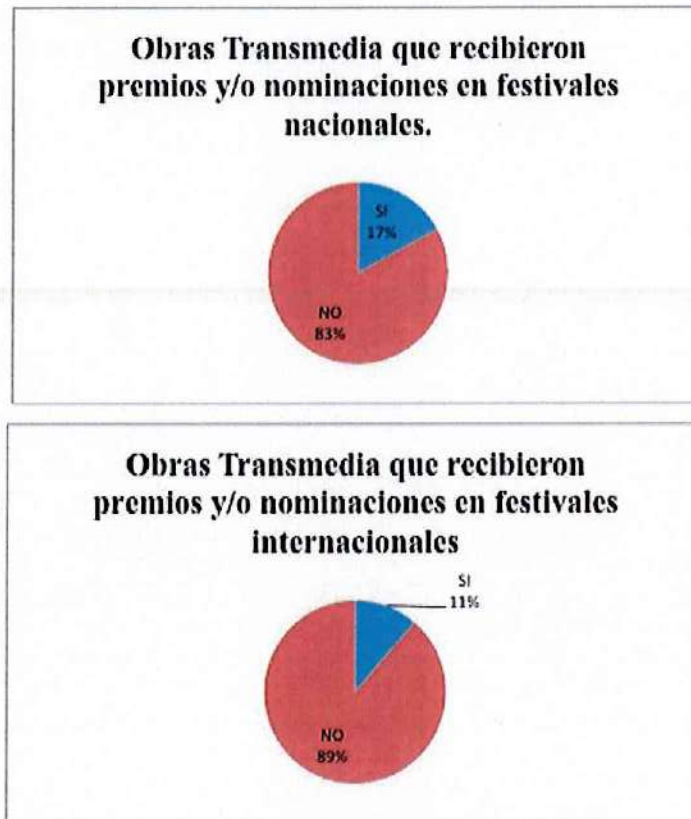


Fuente: elaboración propia.

2.2.6 Circulación nominaciones y premios

En relación a la circulación, se determinó cuantas nominaciones o premios se han obtenido en Festivales nacionales e internacionales. El porcentaje de obras con reconocimientos es considerablemente bajo en relación al número total de obras realizadas. En el caso de premios o nominaciones nacionales solo el 17% de las obras los han obtenido. Mientras que internacionalmente solo el 11% de las obras han recibido algún premio y en su gran mayoría nominaciones.

Gráfico 5 Obras transmedia premiadas en eventos nacionales e internacionales



Fuente: elaboración propia.

Las distinciones las han obtenido hasta el momento unos cuantos proyectos que curiosamente han recibido estímulos de convocatorias nacionales para su desarrollo, es el caso de: *Cuentos de viejos, Paciente, Aislados, Pregoneros, El beat VR, Collab, 4 ríos, Butrón cuentos para*

niños con barba, entre otros. Estos proyectos hacen parte del caso de estudio en el que nos centraremos y el cuál se planteará más adelante.

2.2.7 Fuentes de financiación de nuevos medios en Colombia

Paralelo al incremento de realización de proyectos en los últimos años en Colombia han aparecido espacios enfocados al desarrollo de proyectos transmedia, esto se debe principalmente al interés de generar contenidos en multiplataforma, y al aumento en la inversión del desarrollo de estas propuestas, especialmente por parte del Ministerio de Cultura y el Ministerio de Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC. Sin embargo, el mayor número de proyectos transmedia en el país han sido subsidiados con recursos propios de productoras independientes.

Gráfico 6 Fuentes de financiación



Fuente: elaboración propia.

A continuación, se presenta una tabla en la que se encuentran las diferentes iniciativas.

Tabla 5 Espacios de coproducción y financiación de nuevos medios en Colombia

NOMBRE CONVOCATORIA O FESTIVAL	ORGANIZACIÓN	CATEGORÍA	ENLACE
Conexión transmedia	Proimágenes Colombia, ANTV y Ministerio TIC	Estímulo de desarrollo	http://www.conexiontransmedia.co/
Convocatoria CREA digital, coproducción para el desarrollo de proyectos crossmedia o transmedia, interactivos	Ministerio de Cultura y Ministerio TIC	Estímulo producción	http://www.mincultura.gov.co/planes-y-programas/programas/programa-nacional-estimulos/Documents/Convocatoria%202019/CREA%20DIGITAL%202019/Crea%20Digital%20pdf%20FINAL.pdf
Convocatoria NEWMEDIA Colombia	Proimágenes Colombia	Estímulo de desarrollo	https://convocatoriafdc.com/conexion_transmedia_colombia
Convocatoria ANTV	Autoridad Nacional de Televisión	Estímulo producción	http://www.conexiontransmedia.co/
Convocatoria NEWMEDIA Canadá	Proimágenes Colombia y Ministerio TIC	Estímulo producción	http://newmedia.proimagenescolombia.com/
Convocatoria FDC modalidad de producción de cortometraje transmedia	Fondo de Desarrollo Cinematográfico FDC	Estímulo producción cortometraje y de desarrollo producto expandido.	https://convocatoriafdc.com/files/REALIZACION_DE_CORTOMETRAJE_TRANSMEDIA.pdf
Coproducción para el desarrollo de contenidos transmediales	Ministerio de Cultura. Convocatoria de estímulos Comunicaciones	Estímulo producción	http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/Comunicaciones/Convocatoria%20est%C3%ADmulos%202018/Comunicaciones.pdf
Beca para el desarrollo de proyecto de narración transmedia audiencia entre 12 y 15 años	Ministerio de Cultura. Convocatoria de estímulos. Comunicaciones	Estímulo producción	http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/Comunicaciones/Convocatoria%20est%C3%ADmulos%202018/Comunicaciones.pdf
Beca para el desarrollo de documental expandido	Ministerio de Cultura. Convocatoria de estímulos. Comunicaciones	Estímulo producción	http://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/Comunicaciones/Convocatoria%20est%C3%ADmulos%202018/Comunicaciones.pdf

			ones.pdf
Beca de creación audiovisual con nuevos medios	IDARTES Instituto distrital de las artes	Estímulo producción	https://convocatorias.scrd.gov.co/estimulos/public/convocatoria-pde.xhtml?c=ZjQxZTUxY2QlNGU1Ny00MTc4LTljODktNGE1YzY2MzFmYTO5&v=ZTQwMmVlNDUyYzUxNC00NzhhLWE4MGEtZTZmZjBjODEyODMx
Beca de creación audiovisual para medios digitales	Alcaldía de Medellín Antioquia. Convocatoria de Estímulos para el Arte y la Cultura Medellín Ciudad de Artistas	Estímulo producción	http://convocatoriasculturamedellin.com/sitio/wp-content/uploads/2018/03/Lineamientos-Convocatoria-2018-Fase-II.pdf

Fuente: elaboración propia.

Es preciso señalar, que a través de la convocatoria *CREA Digital*, se han apoyado iniciativas para la coproducción de contenidos digitales con énfasis en lo cultural y en lo educativo proyectos interactivos crossmedia - transmedia, consolidándose así la producción de contenidos digitales. No es casualidad que la producción transmedia coincida con la fecha de creación del programa *CREA Digital* en el año 2012 y con la aparición, en ese mismo año, de las primeras propuestas transmedia. Sin duda el fomento y apoyo a la producción desde estamentos públicos en Colombia ha incentivado la producción multiplataforma. Dentro del portafolio de estímulos económicos que otorga el Ministerio de Cultura para la realización de obras audiovisuales, en el 2015 se abrió por primera vez una convocatoria para el desarrollo de propuestas interactivas para la Web y hasta ahora continua vigente.

La labor de acompañamiento de los dos Ministerios se ha planteado a modo de coproducción conjunto con los creadores de contenidos del país. Esto implica el desarrollo de una serie de actividades para la realización y la circulación de las propuestas, así como la disposición de recursos económicos, el talento humano, el conocimiento, la capacidad técnica y la competencia operativa.

Dentro del periodo comprendido de análisis se evidencia un incremento anual en la realización de las obras transmedia siendo el año 2017 y el 2018 los años con un mayor número de proyectos realizados. Este aumento coincide con la creación de la iniciativa Conexión Transmedia que busco encausar las iniciativas que distintos agentes promovían para el desarrollo de proyectos new media: Proimágenes, Ministerio TIC y ANTV.

Gráfico 7 Año de realización proyectos transmedia



Fuente: elaboración propia.

2.2.8 Espacios de exhibición y formación no formal de nuevos medios en Colombia

De igual manera, los eventos y los mercados especializados en contenidos digitales interactivos también han aumentado en los últimos años. Dentro de las principales iniciativas se destacan: *Colombia 4.0* la cumbre de contenidos digitales más importante de Latinoamérica. El Bogotá Audiovisual Market – *BAM*, evento que se realiza desde hace diez años y es organizado por la Cámara de Comercio de Bogotá y Proimágenes Colombia con el apoyo del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico. El evento tiene como objeto difundir la oferta nacional de proyectos en desarrollo. El BAM funciona como una plataforma de promoción, como un espacio de encuentro para hacer acuerdos y alianzas entre los productores locales, empresas de servicios nacionales, distribuidores, canales de televisión y productores internacionales.

Asimismo, hay que destacar dentro de las plataformas de promoción el *Laboratorio Nacional de Emprendimiento C3+d: Creación, Cultura y Contenidos digitales* esta iniciativa se

desarrolla dentro del *Programa de cultura digital* del Ministerio. En el laboratorio se fomenta la creación de contenidos culturales con el fin de generar sinergias entre la academia, la empresa y los creativos vinculados a las industrias culturales. El Laboratorio Audiovisual Interactivo LAB A.I. es un espacio de creación de documental interactivo y transmedia, que se ha realizado en Colombia y cuyos invitados hacen parte de un grupo especializado de teóricos, realizadores y creadores de software exclusivo para el diseño de audiovisuales interactivos.

Por otro lado, la *Muestra internacional documental de Bogotá* MIDBO incluye dentro de su programación una *sección de Documental expandido y Documental interactivo* para exhibir un conjunto de obras que plantean distintas posibilidades de experimentación alrededor de la producción en la práctica documental. Esta exhibición de nuevos medios se relaciona más con artes visuales y artes vivas más que con documental tradicional. Durante 5 años se hizo una curaduría interna y se extendía por invitación directa a los creadores para que participaran con sus obras, en el 2019 se lanza por primera vez una convocatoria abierta. La MIDBO además ha generado encuentros, seminario y grupos de discusión en torno a nuevos medios.

El *Festival Internacional de la Imagen* de la Universidad de Caldas, es un espacio de encuentro y debate en torno a temas relacionados con el diseño interactivo, las artes mediales y la creación audiovisual, tiene específicamente una convocatoria y muestra de proyectos transmedia dentro de su programación. Mientras que *DocsBarcelona+Medellín* ha apostado a expandir su sección de industria con las jornadas *InterDocsBarcelona+Medellín*, una programación paralela al festival *HackaDoc* que involucra saberes relacionados con la programación, la innovación digital y el documental interactivo, proyecto de formación dirigido a profesionales del sector audiovisual.

Tabla 6 Espacios de exhibición y formación no formal de nuevos medios en Colombia

NOMBRE FESTIVAL ESPACIO	ORGANIZACIÓN	CATEGORÍA	ENLACE
Colombia 4.0 Cumbre de contenidos digitales.	Ministerio TIC	Exhibición	http://col40.co/638/w3-channel.html
Bogotá audiovisual market BAM	Proimágenes Colombia y Cámara de Comercio	Exhibición y mercado	http://www.bogotamarket.com

	de Bogotá		
Muestra internacional documental de Bogotá	Muestra documental expandido e interactivo	Exhibición y formación	http://www.midbo.co
Docs Barcelona +Medellín	Hackadoc: actividad formativa	Exhibición y formación	http://docsbarcelonamedellin.com
Festival internacional de la imagen Muestra transmedia	Universidad de Caldas	Exhibición	http://www.festivaldelaimagen.com/es/
Festival de Cine Creative Commons Colombia	Taller de web documental y documental interactivo	Formación y exhibición	http://bogota.festivaldecine.cc
Laboratorio Nacional de emprendimiento -C3 +D Creación, cultura y contenidos digitales.	Laboratorio Nacional de emprendimiento	Formación y mercado	http://www.mincultura.gov.co/areas/comunicaciones/cultura-digital/c3masd/Paginas/default.aspx
Laboratorio Audiovisual Interactivo LAB A.I.	Volart productora e Inter doc.	Formación	http://www.volartproductora.com

Fuente: elaboración propia.

2.3 Caso de estudio

Se tomó como caso de estudio las producciones transmedia colombianas realizadas en entre 2012 y 2018. Particularmente el trabajo se centro en los transmedia que han sido beneficiarios de alguna de las convocatorias o becas nacionales para desarrollo de transmedia y que coinciden con los proyectos que han recibido nominaciones o premios nacionales o internacionales. Adicionalmente, en esta lista preliminar de trabajos se han tenido en cuenta en la selección los proyectos realizados en diferentes regiones del país, el año de realización y el género. Con el fin de obtener información de la fuente primaria se convocó a los realizadores o productores de estos proyectos a un grupo focal.

Tabla 7 Listado casos de estudio, proyectos transmedia subvencionados por estímulos nacionales.

TÍTULO	AÑO	DIRECTOR/ES PRODUCTORES	GÉNERO	ENLACE
Cuentos de viejos.	2012	Marcelo Dematei, Carlos Smith, Laura Piaggio y Anna Ferrer	Documental	http://cuentosdeviejos.com
Butrón cuentos para niños con barba.	2013	David Ríos, KUKU Design	Animación	https://www.capitanbutron.com/

4 ríos.	2014	Elder Manuel Tovar	Documental	http://www.4rios.co .
Pregoneros	2015	Ángela Caraball y Thibault Durand	Documental	http://www.pregonerosdemedellin.com/
Paciente.	2016	Jorge Caballero	Documental	http://pacientedoc.com
Aislados.	2016	Marcela Lizcano	Documental	http://www.aislados.co/
Imagina la paz.	2016	Corporación Lumen. Uniminuto.	Documental	http://imaginalapaz.com/
Crónica de una ciudad que fue.	2017	Jorge Caballero	Documental	https://cronicadeunaciudadquefue.com/
El Beat VR.	2017	Rafael Ospino	Documental	http://elbeatvr.com/
El rastro de la mariposa.	2017	Carlos Smith	Animación	https://www.hierro.tv/el-rastro-de-la-mariposa
Collab.	2017	Marcela Lizcano	Experimental	http://www.collabvrproject.com/
OMI VR.	2018	Rafael Ospino	Documental	https://vimeo.com/304860430
Artific-I.O.	2018	Jorge Caballero	Documental	https://vimeo.com/299909797#at=0

Fuente: elaboración propia.

2.4 Trabajo de campo, grupos de enfoque y entrevistas en profundidad

El trabajo de campo se realizó en Bogotá debido a que la mayoría de los realizadores, agentes públicos y privados se encuentran ahí. Posteriormente se estableció una metodología para el trabajo de campo, grupos de enfoque y entrevistas en profundidad.

Como método se estableció que el trabajo por grupos focales, que es una técnica cualitativa de estudio de recolección de información a grupos relevantes en un campo específico, bien sea por su experiencia, por su experticia o por algún otro aspecto particular. Los grupos focales son utilizados para explorar un tema de interés especial dentro de los propósitos de esta investigación. Se emplea esta técnica porque el grupo de personas relacionadas con transmedia en Colombia tienen un conocimiento especializado y es necesario acercarse a ellos para abordar temáticas específicas para la investigación. Se establecieron tres grupos focales para los propósitos de la investigación.

Las entrevistas se utilizaron dentro de la investigación como instrumento para la recolección de datos con el fin de generar resultados dentro del proceso investigativo. Estas hacen

parte del trabajo de campo y se realizaron a los grupos focales. En la siguiente tabla se establecen los grupos de enfoque, las personas, cargos y temas que se abordaron.

Tabla 8 Trabajo de campo

GRUPO	CARACTERÍSTICAS	ASISTENTES	TEMAS
Grupo focal 1	Conformado por los directores de los proyectos transmedia seleccionados que han recibido estímulos de financiación por parte de Crea Digital, Estímulos del Ministerio de Cultura, Proimágenes, IDARTES, entre otros.	<ul style="list-style-type: none"> - Jaime Smith y Juan Sebastián Patiño productores, Cuentos de Viejos y El rastro de la mariposa. - David Ríos, director Butrón cuentos para niños con barba. - Elder Manuel Tovar, director 4 Ríos. - Jorge Caballero, director Paciente y Artific I-O. (virtual) - Marcela Lizcano, directora Aislados y Collab. - Carolina Quimbayo, productora Imagina la Paz. - Rafael Ospino, productor El Beat VR y Omí VR. 	Productos multiplataforma, dispositivos, especificidades técnicas, guion de navegación, guion de interacción, software utilizados, equipos interdisciplinarios, canal de comunicación con los usuarios, número de visitas proyecto, posicionamiento Seo o buscadores web, cofinanciación.
Grupo focal 2	Conformado por autoridades del sector público y profesionales del sector audiovisual que tienen relación con los estímulos de financiación.	<ul style="list-style-type: none"> - Susy Sierra, Representante de la sociedad civil. ANTV Autoridad Nacional de Televisión. - Juliana Ortiz, directora de planeación y proyectos Proimágenes. - Diego Bustos, Coordinador de planeación y proyectos Proimágenes. - Milena Arévalo, Coordinadora Programas FDC Proimágenes. - Alejandro Escobar, transmedia manager Canal Capital. - Paola Rivera, Industrias creativas Ministerio TIC (Virtual). - Angélica Clavijo, Asesora misional Cinemateca IDARTES. 	Modelo de producción, ruta de apoyos, ventanas de exhibición, cofinanciación extranjera, alianzas, relación Ministerios TIC y Cultura, derechos de autor obras transmedia, mercado de contenidos digitales, público objetivo, audiencias jóvenes, estudios de audiencias, contenidos puntos Vive Digital.
Grupo focal 3	Conformado por profesionales del sector privado y profesionales del sector audiovisual que tienen relación con el mercado de contenidos digitales.	<ul style="list-style-type: none"> - Jaime Tenorio, consultor convergencia de nuevos medios. - Alejandro Ángel, director Festival de Creative commons & new media Bogotá. - Sergio Carreño, director Bogotá Webfest. - Pedro Luis Mendoza, productor Helena films. 	Ventanas comerciales, y rentabilidad, Transmedia como marketing, clúster industria creativa, transmedia como marca, fidelización usuarios, rentabilidad de apps, posicionamiento Seo o buscadores web, audiencias jóvenes, tipos

		<ul style="list-style-type: none"> - Germán Ayala, Codirector MIDBO Muestra internacional de documental de Bogotá. - Martha Ligia Jiménez. Coordinadora de audiovisuales Uniminuto. - Alejandro Becerra, coordinador del Programa de comunicación y producción. Maestría Transmedia Universidad Manuela Beltrán. 	de producto multiplataforma, formas de comercialización, networking, plataformas alternas.
--	--	---	--

Fuente: elaboración propia.

Adicionalmente, se hicieron unas entrevistas en profundidad a: Jorge Caballero y Rafael Ospino (del grupo focal de realizadores); Juliana Ortiz, directora de planeación y proyectos Proimágenes y Paola Rivera, Industrias Creativas Ministerio TIC (del grupo focal autoridades del sector público), y Alejandro Ángel, director Festival de Creative commons & new media Bogotá y Arnau Gifreu, investigador especialista en New Media (del grupo focal profesionales del sector audiovisual). Las entrevistas se realizaron dentro de la investigación como instrumento para la recolección y ampliación de datos específicos.

2.4.1 Grupo focal 1 Realizadores y/o productores ganadores de estímulos y convocatorias.

El objetivo con este grupo fue definir de primera mano aspectos como influencias, metodologías aplicadas, relación con las plataformas, diseño, producción, conformación de equipos interdisciplinarios, guion de navegación, guion de interacción, formas de financiación, circulación, exhibición, entre otros aspectos. A continuación se enuncian los principales temas de discusión de los participantes.

2.4.1.1 Equipos interdisciplinarios

Los grupos de trabajo se conforman de manera orgánica, en función de las necesidades de los proyectos. Los realizadores que han dirigido proyectos transmedia suelen tener curiosidad y ganas de experimentar con productos distintos al audiovisual tradicional, ese impulso a la

experimentación les implica necesariamente aprender de otras áreas o disciplinas afines o cercanas al audiovisual y buscar expertos en ese campo para ampliar sus conocimientos.

La motivación principal de los directores es experimentar y luego dependiendo de los requerimientos para hacer expansivo el proyecto a otras plataformas, suelen buscar entre sus amigos o conocidos el profesional o especialista que tenga experticia en el tema. Sin embargo, manifiestan que en Colombia aún suele ser difícil encontrar personas especializadas en realidad virtual, programadores o diseñadores de experiencias inmersivas.

2.4.1.2 Guion de navegación o interacción

Los proyectos que han recibido estímulos de financiación que conforman este grupo de realizadores, no responden a una lógica de mercado enfocada en el usuario. Los directores no suelen diseñar o concebir los proyectos pensando en las plataformas o los productos expandidos, sus intereses giran en torno a la experimentación, pero sin tener en cuenta una planeación del ecosistema transmedia. La navegación, interacción y el desarrollo tecnológico se van dando durante el desarrollo del proyecto. Asimismo, las disertaciones teóricas actuales sobre los new media casi nunca son tenidas en cuenta para el desarrollo de las propuestas ganadoras de estímulos. Muchos de los realizadores han dirigido sus proyectos sin pensar en la experiencia transmedial, sino buscando otras formas de contar distintas o indagar sobre las narraciones digitales, y fragmentadas. Es decir, este no es un condicionamiento. Los realizadores no conciben la distribución o los posibles usuarios del proyecto, su interés radica exclusivamente en la experimentación artística y en el tratamiento de la historia. En otros casos la plataforma sirve para ser un puente colaborativo entre los usuarios y un contenido inicial que ha planeado el realizador, como es el caso de *Cuentos de viejos e Imagina la paz*, proyectos abiertos a la colaboración del público que requieren una mayor sostenibilidad en el tiempo.

En términos generales, se evidencia un bache conceptual entre la interactividad y lo transmedial en la mayoría de los realizadores, porque los proyectos no son concebidos desde la experiencia de los usuarios, tampoco se contempla cuál podría ser el posible público objetivo al que va dirigido el proyecto. Los directores no tienen en cuenta el número de visitantes que han

tenido sus dominios ni el posicionamiento de su página web. En el caso de los proyectos audiovisuales que se han diseñado y gestado desde las universidades, si se evidencia un cimiento teórico y una propuesta de vincular a los usuarios a través del pensamiento de diseño, particularmente con fines educativos y culturales. Este grupo de directores realizan previamente a la producción de sus proyectos muestreos, testeos, prototipos, para conocer a sus posibles usuarios y así luego definir los medios.

2.4.1.3 Tipo de transmedia, formas discursivas del relato transmedial

Existen tres tipos de transmedia que se realizan en Colombia: transmedia educativo, transmedia comercial, transmedia artístico-experimental. La mayoría de las convocatorias de estímulos apuntan a financiar más el transmedia artístico-experimental. No obstante, el gran reto de este tipo de transmedia es pensar en los posibles usuarios de cada uno de los medios que emplearán para que el diseño y las audiencias no sean una rueda suelta en el desarrollo y finalización del proyecto. Por otro lado, el transmedia educativo es subsidiado a través de investigaciones por universidades, entes académicos o fundaciones con unos fines concretos. Sin embargo, este tipo de proyectos debe intentar acercarse más al entretenimiento y no ser tan expositivo con la temática abordada y arriesgarse a ser una propuesta más plástica. Por su parte, el transmedia comercial, aunque persigue también un objetivo comunicacional concreto e intenta ser funcional en su estrategia comercial, requiere el diseño de un contenido que trascienda más en el público en términos estéticos y también formativos.

2.4.1.4 Audiovisual como eje

La mayoría de las convocatorias apuntan a la creación del audiovisual como eje articulador de los productos expandidos. En gran medida esto también se debe a que el grupo de personas que en Colombia tiene interés en los nuevos medios se ha formado o trabajan en el campo audiovisual. La mayoría de las convocatorias, estímulos y proyectos formulados al darle prelación al componente audiovisual, más que a otro tipo de experiencias expandidas, limitan los alcances de las obras y se pierde así la oportunidad de plantear otros productos expansivos. Se requiere inclusión de otras áreas potenciales como los videojuegos, instalaciones interactivas, realidad virtual, entre

otros, para no hipersaturar el mercado sólo con oferta audiovisual. Eventualmente se podría presentar los productos expansivos a otras convocatorias de teatro, performance, edición de libro, etc. Con el fin de robustecer el sistema de financiación de los proyectos new media.

2.4.1.5 Exclusión de productos offline.

La mayoría de los proyectos apuntan lo digital y a lo efímero. Se debe contemplar una mayor producción de contenidos análogos dentro de la producción transmedia.

2.4.1.6 Software utilizado en la creación de obras transmedia

Los realizadores de nuevos medios en Colombia suelen utilizar software libre para el desarrollo de sus propuestas. En algunas ocasiones los directores compran software por un tiempo limitado con los recursos que otorgan los estímulos de los que han sido beneficiarios.

2.4.1.7 Sostenimiento de los proyectos new media en internet

Se evidencia que los proyectos digitales con el tiempo tienden a desaparecer de internet, porque no hay un sostenimiento de los proyectos o porque en algún momento el equipo de producción dejó de pagar el dominio en internet en el que está alojado el proyecto. Razones por las cuales, no se puede preservar una memoria de estos proyectos y suelen ser efímeros. Salvaguardar los proyectos mínimamente es una necesidad de este ecosistema digital. No obstante, algunos realizadores manifiestan que los proyectos transmedia no tienen por qué durar tantos años, también podrían tener un tiempo limitado por los costos que genera para la producción, por el trabajo que implica tener vigentes los contenidos y porque en muchas ocasiones no resultan sostenibles.

2.4.1.8 Derechos de autor

Ante la Dirección Nacional de Derechos de Autor en Colombia, el registro de las obras de nuevos medios no se puede registrar como un proyecto completo en sí mismo, se deben registrar

por separado cada uno de los productos expandidos. Se evidencia la falta de criterios, de parámetros y directrices para el registro de las obras de nuevos medios.

2.4.1.9 Financiación

Varios de los directores están buscando dinámicas de financiación diferentes para subvencionar sus proyectos tales como: vender los productos expandidos por separado y vender franquicias. Los realizadores están buscando cooperación internacional, de empresas privadas o de productoras internacionales. Algunos de los proyectos que han recibido premios de festivales internacionales han recibido dinero en efectivo. De igual manera, en varios escenarios internacionales como festivales y mercados internacionales, en los que los realizadores de este grupo focal han tenido la oportunidad de participar, se percibe a los realizadores colombianos como creativos, con muchas ideas y con proyectos potenciales. Sin embargo, algunos extranjeros aún no confían en la capacidad técnica de los equipos colombianos para ejecutar los proyectos. En términos generales, los participantes del grupo focal de realizadores coinciden en afirmar que a la fecha no se puede hablar de una industria de new media como tal, porque hasta ahora está en construcción la oferta de contenidos en el país.

2.4.2 Grupo focal 2 Autoridades del sector público que tienen relación con los estímulos de financiación

Se convocaron a autoridades del sector público y profesionales del sector audiovisual que tienen relación con los estímulos de financiación. El fin principal de las entrevistas con este grupo focal fue hacer la caracterización de los recursos y la financiación en plataformas alternas, las tendencias, las deficiencias, los retos de las obras multiformato, el mejoramiento en la regulación de Derechos de Autor audiovisuales transmedia, entre otros temas. En la primera parte hay una descripción general de los agentes y las convocatorias nacionales. Luego se mencionan algunas dificultades identificadas entre los proyectos que han recibido estímulos y posteriormente, algunos aspectos que se podrían mejorar.

2.4.2.1 Autoridad Nacional de Televisión ANTV

La Autoridad Nacional de Televisión ANTV era el ente encargado de asignar los recursos para la realización de la televisión, con énfasis en ficción y capacitación en transmedia como una oportunidad de explorar otros mercados y apalancar proyectos. Desde el año 2016 se venía realizando las convocatorias junto al Ministerio de Cultura y asignó recursos por cerca de \$4.400.000.000, recursos que se ejecutaban en su totalidad. El énfasis de producción transmedia inicio en el año 2017 y durante dos años se realizaron capacitaciones a 1.500 comunicadores del país, impartiendo generalidades del ecosistema transmedia y talleres de escritura. La ANTV durante el año 2019 entro en un proceso de liquidación. El Ministerio TIC tras la liquidación de ANTV custodiará los recursos y los proyectos asignados que aún no han sido transmitidos por televisión. La ANTV promovía la producción de proyecto pero en un corto tiempo de realización, porque estaban atados a una ley de ejecución presupuestal de 4 meses de duración.

2.4.2.2 Proimágenes

La relación de Proimágenes Colombia con los nuevos medios comienza con la relación con Canadá y el programa de promoción internacional. Funcionarios de Proimágenes asistieron al Festival Internacional de Cine de Toronto TIFF y ahí establecieron contactos con el Canadá Media Fund, entidad que se especializa en nuevos medios con condiciones similares a Proimágenes que se rige por el derecho privado y que asigna fondos públicos y privados en las convocatorias que lanza. Al igual que Proimágenes, el Canadá Media Fund no produce contenidos y no se queda con los derechos de las obras. Desde el año 2017 Proimágenes empezó a vislumbrar que tipo de alianzas se podrían establecer con el Canadá Media Fund y establecer un fondo binacional para desarrollo de contenidos en nuevos medios. Proimágenes contaba solo los recursos del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico FDC que han sido exclusivos para cine y no para otro tipo de medios. Posteriormente, Proimágenes gestionó que el Ministerio TIC se sumará a la iniciativa para establecer el Fondo con Canadá y asignará recursos por parte de Colombia, en este fondo binacional.

La labor de Proimágenes ha sido la de gestionar y propiciar los espacios de encuentro entre los productores colombianos y los canadienses. En el marco de la convocatoria New media Canadá

proyectos en desarrollo entre los dos países con financiación mínimo del 80% y 20% entre países como lo establezcan, fomentando el apoyo de IP colombianas como de IP canadienses. En la convocatoria se exigía como resultado un mínimo producto viable. Es decir, un prototipo desarrollado que podrían mostrar a un financiador internacional o nacional para conseguir luego los recursos de producción. Los criterios del mínimo producto viable los establecían el comité evaluador y los beneficiarios de acuerdo a cada proyecto.

La primera convocatoria fue fructífera y se empezaron a buscar expertos en new media para entender cómo funciona ese mercado y sus particularidades. La experiencia fue satisfactoria en la medida que se comprendió que los mercados audiovisuales avanzan encaminados también hacia la producción de nuevos medios. Debido al poco tiempo con el que se contaba para ejecutar los recursos se determinó que la convocatoria fuera solo de desarrollo. Se contó con una plataforma que tiene Canadá por medio de la cual se pusieron en contacto los productores de los dos países. En la segunda etapa de la alianza fue preciso establecer cómo se comercializarían los proyectos de nuevos medios, puesto que una vez las productoras canadienses y colombianas lograrán desarrollar un producto mínimo viable, la convocatoria determinaban que Proimagenes apoyaría la promoción de esos productos en mercados especializados. La conclusión fue que el mercado está poco desarrollado y en él participan productoras independientes y productoras consagradas. No obstante, establecer quienes podrían llegar a ser los posibles compradores de los productos new media era incipiente aún, ya que el mercado todavía no está consolidado.

La primera convocatoria promovida en Proimagenes se enfocó en coordinar las plataformas de circulación que existen en Bogotá, que permitieran una eventual ruta de circulación, una vez fueran desarrollados los proyectos. A través de la secretaria de desarrollo económico trataron de unir diferentes agentes como: el Festival de Cine Independiente de Bogotá INDIEBO, el Bogotá Audiovisual Market BAM, Maloka, la Cinemateca distrital para así articular esfuerzos.

2.4.2.3 Fondo de desarrollo Cinematográfico FDC

El FDC mientras esperaba que se concretará la alianza con los otros entes para continuar con Conexión transmedia, decidió lanzar en 2019 una convocatoria de cortometrajes transmedia, a pesar de que sus recursos están destinados únicamente para la cinematografía. La convocatoria buscaba entregar \$200.000.000 para realizar dos proyectos. En cada proyecto el producto principal era un cortometraje lineal y debía tener una exploración de otros productos expandidos transmedia. El estímulo contemplaba la producción de un cortometraje y el desarrollo de un componente transmedia. La convocatoria tuvo 40 propuestas, un incremento considerable en relación al año 2018, y se seleccionaron 2 propuestas como ganadoras. Se concluyó que la redacción de los requisitos de la convocatoria deben ser afinados porque eran requisitos abiertos, que no tenían un foco claro de propuestas multiplataforma.

Dentro de los estímulos automáticos del FDC cabe mencionar, que se apoya también la participación de colombianos en eventos internacionales y se han incluido eventos especializados transmedia. Hasta la fecha han viajado los proyectos que tienen un producto mínimo viable desarrollado en el marco de New media. Algunos han obtenido alianzas para continuar produciendo el proyecto, alianzas técnicas y a otros asistir a los eventos repercute en su actualización profesional y técnica.

2.4.2.4 Conexión transmedia (Ministerio TIC, Ministerio de Cultura, ANTV y Proimágenes)

En el 2018 se lanzó nuevamente la convocatoria bajo el nombre Conexión transmedia haciendo una gran alianza con el Ministerio TIC nuevamente. Se sumaron además la ANTV y el Ministerio de Cultura, esta fue una iniciativa única e interesante que buscaba aunar esfuerzos en el país entorno a la producción de nuevos medios. Sin embargo, fue complicado hacer que 4 instituciones con mercados distintos y que respaldan formatos diferentes como el cine, la televisión, etc. pudieran dialogar. Además, cada ente cuenta con sus propios tiempos y trámites administrativos lo que resulto complejo a la hora de trabajar mancomunadamente.

Al final de la convocatoria Conexión transmedia los resultados no fueron los que se esperaban. A la convocatoria de ANTV no se presentaron proyectos y no se pudieron asignar los recursos porque su convocatoria era específicamente para televisión. Por su lado, a la convocatoria

de FDC se presentaron 11 proyectos y solo 2 cumplían con los requisitos. Finalmente, solo un proyecto resultó ganador. En parte estos resultados se atribuyen a que los términos de la convocatoria no eran lo suficientemente claros y resultaba confuso a cuál convocatoria aplicar y cuál era el producto mínimo viable que se esperaba como resultado.

Durante el año 2019, ante el cambio de gobierno presidencial en Colombia, el proceso se entorpeció porque se debieron establecer nuevamente alianzas y exponer a los nuevos funcionarios públicos los alcances y especificidades de la alianza con el ánimo de lanzar la convocatoria otra vez. En este año nuevamente MIN TIC se suma al esfuerzo, pero ANTV al estar en liquidación, no puede hacerlo. La convocatoria promueve 8 proyectos en desarrollo y por primera vez se dará un estímulo para la producción, esperando que los proyectos que han recibido apoyo para el desarrollo se presenten a la convocatoria de producción. La convocatoria tardó en salir en el 2019 porque tuvieron que solicitar permisos para vigencias futuras y que pudieran continuarse en el año 2020.

La experiencia Colombia – Canadá es interesante en la medida en que hay una transferencia de conocimiento entre los dos países de manera proporcional. El aporte de los canadienses está en el desarrollo de las propuestas tecnológicas y los colombianos de la parte creativa y la ejecución misma del proyecto. Se deben buscar alianzas que permitan trabajar juntos para adquirir experiencia y en el hacer aprender. Los canadienses son muy hábiles en el desarrollo de software para realidad virtual y aumentada. En la experiencia de conexión transmedia las productoras canadienses se encargan del desarrollo tecnológico y las productoras colombianas de la parte creativa. Un aspecto a resaltar es la transferencia de conocimiento entre los dos países.

2.4.2.5 Bogotá Audiovisual Market BAM

En el BAM se ha tratado de fortalecer la comercialización de productos new media y networking abriéndoles un espacio y que sean exhibidos los proyectos y los productos desarrollados. El BAM ha invitado unos mentores para asesorar los proyectos que ya tienen un producto mínimo viable. Si bien a la fecha, no han conseguido compradores, los proyectos realizados sí han tenido visibilidad en festivales y mercados de nuevos medios. Ferias nacionales

con especializadas como tal en el país no hay. El BAM es un espacio de visibilidad y retroalimentación de los proyectos de nuevos medios, pero no es un espacio de comercialización.

2.4.2.6 Cinemateca IDARTES

Desde la Cinemateca Distrital de Bogotá (Gerencia de Artes Audiovisuales IDARTES) también se apoyan los proyectos de new media en dos direcciones. La primera es la de formación en la línea de creación y experimentación se desarrolla el proyecto de cinemateca rodante en el que hay más libertad de creación y de narrativas. Para el año 2019 se enfocaron en el género documental en contenidos inmersivos y en documental transmedia participan en los cursos de formación personas con o sin experiencia en audiovisual. Estos espacios se constituyen también en lugares de encuentro de personas interesadas en el tema que proviene de diferentes disciplinas lo que posibilita la creación de grupos interdisciplinarios.

Adicionalmente las masters class con invitados expertos en transmedia y la activación del ecosistema digital por medio de laboratorios especializados brindan las condiciones óptimas de formación. Asimismo, otra dirección en la que la Cinemateca promueve los proyectos en nuevos medios es la convocatoria anual de creación en nuevos medios que se promueve desde el año 2017 por un monto de \$45.000.000 a un solo estímulo de producción.

2.4.2.6 Crea digital (Ministerio de Cultura y Ministerio TIC)

La convocatoria Crea Digital se viene realizando en una alianza del Ministerio de Cultura Con el Ministerio TIC desde el 2012. Entre 2012 y 2018 se han apoyado el desarrollo de 128 proyectos de contenidos digitales y entregado más de 13 mil millones de pesos. La difusión de los contenidos la hace principalmente el Ministerio de Cultura a través de su Banco de Contenidos (<https://bancodecontenidos.mincultura.gov.co/>). Además, en algunos años han apoyado a Computadores para Educar con su convocatoria de donación de contenidos para las tabletas y computadores que entregan en las instituciones educativas, así como su interfaz web.

Desde el año 2018 se ha planteado un tema nuevo dentro de la convocatoria y se ha implementado una asesoría en la comercialización y la monetización para los contenidos. Adicionalmente, en el 2018 se realizó una convocatoria en la que participaron algunas empresas ganadoras de Crea Digital, quienes pudieron mostrar sus proyectos en el Salón Naranja de Colombia 4.0 y asistieron a la rueda de negocios que se hizo en el marco del evento. En el marco de la convocatoria, los proyectos ganadores reciben asesoría en temas de comercialización y monetización enfocados en el proyecto que están desarrollando con el estímulo que reciben de la convocatoria, con el fin de que el producto mínimo viable que están desarrollando tenga la calidad y orientación adecuada para llevarlo a mercados nacionales e internacionales.

De igual forma, dentro de la convocatoria se solicita la realización de una prueba de consumidores se hace con el fin de que los ganadores pongan a prueba los pilotos y prototipos que están desarrollando y reciban comentarios sobre los mismos con el objetivo de determinar aspectos a mejorar.

Algunas de las dificultades identificadas en los proyectos beneficiarios de las distintas convocatorias:

- **Conformación de grupos interdisciplinarios**

Esta es una de las principales dificultades para los proyectos de nuevos medios que han recibido estímulos y les lleva mucho tiempo conformar los equipos. No hay espacios para que se conozcan las personas que vienen de diferentes disciplinas. Podrían ser a través de propiciar encuentros con diseñadores, programadores, profesionales de mercadeo. Desde las organizaciones y desde los Lugares especializados se pueden promover este tipo de encuentros.

- **Carencia de habilidades empresariales en los productores**

Se requiere una estrategia de robustecimiento de habilidades empresariales y de mercadeo de las empresas jurídicas o productoras proponentes en las convocatorias. Formar profesionales con capacidad para gestionar y hacer la comercialización en nuevos medios que responde a otras lógicas distintas al del mercado audiovisual. Desde el Viceministerio de Cultura hay propuestas

que propician la transversalidad de iniciativas y agentes para fortalecer el sector cultural desde las nociones de economía naranja e innovación que promueve el gobierno actual, se busca dar unos incentivos transversales a la creación de empresa e impulsar el emprendimiento. Pero específicamente para los nuevos medios que guardan relación con la llamada economía naranja debe existir un ente mixto que se encargue de articular las iniciativas.

- **Falta de conectividad óptima en Colombia**

La conectividad en manos del Ministerio TIC está en mora. La proyección en Canadá es que en el 2021 va a entrar el 5G y con esto la visualización de VR realidad virtual y nuevos medios en general se fortalecerá. En ese sentido, Colombia aún está rezagada.

Algunos aspectos por mejorar en las convocatorias:

- **Política pública en nuevos medios**

Falta una política pública que articule las entidades que están interesadas en promover la producción de nuevos medios en Colombia y que los lineamientos sean comunes. Un compromiso entre los Ministerios de Cultura y el Ministerio TIC en el que las plataformas, las convocatorias y los recursos estén unificados, con el fin de hablar en los mismos términos frente a la industria y con el objetivo que quienes participen en las convocatorias, tengan unos requisitos de manera transversal. Podría ser una pieza normativa en la que estos entes se comprometan a trabajar juntos por los nuevos medios. Esto haría que las alianzas no se realizarán a través de pactos anuales que dependen de la intención y de las directrices institucionales.

La formulación de una política que perdurará en el tiempo que no dependiera de la rotación de los funcionarios y lograra articular los entes. Esa articulación cobra ahora mayor urgencia porque con la nueva ley los recursos van a disminuir. Razón por la cual, los recursos existentes deben ser distribuidos de la mejor manera posible. La nueva ley que acaba con la ANTV aglutinó dos fondos el de contenidos digitales y el de contenidos televisivos en un solo actor: el Ministerio TIC. Pero cinematografía, que ha sido el otro agente abanderado en el desarrollo de nuevos medios pertenece al Ministerio de Cultura.

En ese sentido, la creación de una comisión o comité intersectorial orientada a trabajar en el fortalecimiento de la industria en el que participen los Ministerios, representantes de la academia, de la empresa privada y los productores con experiencia previa en la realización de proyectos en nuevos medios, contribuiría a la coordinación entre sectores de la industria y a darle coherencia y articulación con los objetivos estratégicos de la economía naranja.

- **Ampliación de convocatorias para producción, circulación y exhibición.**

La mayor debilidad de New Media Canadá es ser una convocatoria de desarrollo y no una convocatoria de producción. En Colombia la gran mayoría de convocatorias se sustentan sobre la base del desarrollo del proyecto y no sobre la producción, los estímulos están concebidos para que los realizadores salgan a conseguir la financiación para producir. En este tipo de proyectos es necesario tener un periodo de prueba para hacer test, prototipos y resulta imprescindible que las convocatorias vigentes sigan incentivando los proyectos new media desde la etapa de desarrollo, pero es necesario ampliar la ruta de apoyo económico a la producción, circulación y exhibición.

- **Solicitar estudios de audiencias**

Se sugiere que en las convocatorias haya estudios de audiencias, para determinar hacia quienes están dirigidos. En las convocatorias se sugiere incluir algunas notas de dirección en relación con la audiencia, pero esta información puede o no estar incluida. No obstante, en el caso de estímulos de IDARTES si se pide a quién está dirigido el proyecto o que presenten estudios demográficos. CREA digital, como ya se mencionó, recientemente también ha incluido ese requisito. En general, tampoco hay evaluación de impacto y sostenibilidad de los proyectos y dentro de los términos de la convocatoria podría incluirse con el objetivo de preservar estos proyectos.

- **Regulación de derechos de autor**

El enfoque al desarrollo con contenidos propios IP intelectual Propiety está atada a un tema de propiedad intelectual que es difícil y resulta difusa dentro del marco regulatorio nacional. En ese sentido, es necesario entrar a revisar esa normativa. De igual manera, los desarrolladores deben recibir formación específica para que comprendan que como creadores de cada producto expandido, diseño de un software o con la autoría cada producto tienen derechos sobre el producto desarrollado. La regulación y garantía de sus derechos de autor ayudarían también a monetizar posteriormente los productos desarrollados.

- **Mejorar infraestructura, espacios y equipos**

El tema de infraestructura es importante, los espacios y los equipos resultan imprescindibles para poner en marcha los dispositivos y el desarrollo técnico y tecnológico que se requieren en los new media. Los viveLAB, por ejemplo, podrían ser lugares de experimentación que podrían estar a la vanguardia.

- **Circulación**

Identificar cuáles son las plataformas en las que circularán los contenidos en Colombia es imperioso. El problema es que el canal de retorno de estos proyectos no es muy claro, porque no es una sala de cine. Para pensar en monetizar o concretar el resultado de proyectos new media y pensar en un sistema de medición de las audiencias que le permita al posible inversor identificar posibilidades de lucro y retorno de su financiación. Habría que pensar cómo esas plataformas digitales no solo permitirían hacer circular los contenidos, si no que eventualmente cómo los financiarían.

2.4.3 Grupo focal 3 Profesionales del sector privado y profesionales del sector audiovisual que tienen relación con el mercado de contenidos digitales.

Se intentó establecer con este grupo heterogéneo las características del mercado, la rentabilidad de los contenidos audiovisuales en Internet, los tipos de comercialización que tiene los productos multiplataforma, las audiencias, el marketing, el networking, la exhibición y formación de nuevos medios, entre otros asuntos.

2.4.3.1 Mercado e industria

Los participantes de este grupo focal coinciden en decir que no se puede aún hablar de un mercado, mucho menos de una industria de nuevos medios en el país. Todavía no se puede decir que hay una industria de nuevos medios en el país. El entorno digital es emergente, caótico y el desarrollo de nuevos medios aún más. La aparición de los nuevos medios no es reciente hace más de 15 años se viene realizando en el mundo. Sin embargo, en Colombia aún en muchos sectores se cree que es novedoso. Se plantea que hay un mercado potencial, pero hasta el momento no hay una estrategia de marketing de contenidos digital. Indiscutiblemente lo que si hay en el país son muchas personas interesadas en el tema y todos coinciden en afirmar que esta todo por hacer en este campo.

Como no existe realmente producción de nuevos medios, no se puede hablar de exhibición y circulación. En Colombia no hay un producto finalizado completamente, lo que hay son prototipos avanzados de proyectos que potencialmente están por producirse. Por lo tanto, no se perciben como productos acabados que puedan ser comercializados o exhibidos. Además, los proyectos están en un continuo working progress o proceso de trabajo. Los proyectos que están en un estado avanzado de prototipado no se exhiben, menos aún se contempla su comercialización.

En Colombia la industria cinematográfica es una industria subsidiada, la existencia del FDC y de la Ley de cine garantizan el incremento de nuevas películas en el mercado. En consecuencia, si el objetivo es que exista una industria de nuevos medios en el país es necesario que esta sea también subsidiada.

2.4.3.2 Financiación privada

Reconocer otras formas de ingreso y como monetizar los productos expandidos, encontrando las plataformas propicias para hacerlo, es una de las necesidades de la incipiente industria de nuevos medios en el país. Varios creadores no tienen las aptitudes ni la capacitación que tienen los publicistas o profesionales de mercado en la búsqueda de recursos en branded content y solo apelan a las convocatorias públicas para financiar su proyecto.

El Branded content consiste en generar contenidos vinculados a una marca que permitan conectar a esa marca con el consumidor, por lo que resulta muy útil en una estrategia de Inbound Marketing. Está diseñado principalmente para transmitir valores, emociones, formas de pensamiento y elementos, quizás menos tangibles, pero que con un storytelling correctamente construido pueden ser capaces de generar esa conexión. El storytelling resulta importante para el posicionamiento de marcas y han empezado hacer contenidos de ficción para marcas. No se ha desarrollado aún el potencial que tiene la empresa privada.

Algunos creadores consideran que los contenidos que hacen parte del branded content limitan los alcances creativos de los proyectos. Algunas empresas por su parte, no quieren arriesgarse en nuevos medios y prefieren seguir pautando comercialmente como lo han venido haciendo, en parte, porque los costos del branded content suelen también incrementarse en nuevos medios.

2.4.3.3 Espacios de exhibición

Internacionalmente hay más espacios de desarrollo (no necesariamente económico, pero si con asesores especializados) tampoco se puede hablar de mercado internacional de nuevos medios. Hasta el momento se está abriendo camino, pero todavía los festivales internacionales no han hecho propuestas arriesgadas. Algunos festivales internacionales han incluido espacios de exhibición y desarrollo en nuevos medios como: Sundance Film Festival, Tribeca Film Festival, Festival de Cine de Berlín Berlinale y Festival Ventana sur. Otros grandes festivales como el Festival de Cannes y el Festival Internacional de Cine de Venecia además incluir muestras de new media, tienen algunas experiencias de producción.

2.4.3.4 Realidad Virtual

La realidad virtual en el país es incipiente no hay convocatorias específicas para producir contenidos, no se puede afirmar que exista una ruta de producción y menos aún de distribución claras. Tampoco hay audiencias determinadas y no hay espacios de exhibición aptos para mostrar

proyectos con realidad virtual. La producción de otros contenidos transmediales requiere una puesta en escena que precisa de tiempo, dinero y espacios que tecnológicamente resulten aptos. En el proyecto de la nueva Cinemateca distrital se incluyó una sala de realidad virtual, siendo este un espacio especializado, pero algunos productores de realidad virtual consideran que no tiene los requerimientos tecnológicos necesarios y tiene una plataforma que, aunque reciente, resulta a la fecha obsoleta para la demanda tecnológica que precisa la realidad virtual, que está en constante actualización y a la vanguardia.

Algunos festivales internacionales independientes han creado espacios de formación y exhibición. El Festival de Cine de Venecia es de los pocos que tiene estímulos para producción VR y es requisito que sean producciones en 360°. Una película 360° o un proyecto con VR Realidad virtual requieren de un músculo financiero importante, porque producir realidad virtual es costoso. Los espacios nacionales no son óptimos para exhibirse y en el país no hay aún empresas interesadas en financiar proyectos así.

2.4.3.5 Formación de públicos y audiencias

En las universidades no hay un tipo de formación convergente y sigue siendo tradicional enfocada hacia los géneros cinematográficos. Las instituciones universitarias no están capacitando en nuevas narrativas, co-creación y hay un vacío en general en nuevos medios. Se precisa empezar a generar espacios de formación más robustos posgrados, diplomados.

En cuanto a la formación técnica, se requiere hacer talleres sobre cómo realizar una biblia transmedia o presentar proyectos a convocatorias o empresas privadas también se requieren para potencial el desarrollo del sector en nuevos medios. Potenciar las habilidades blandas en nuevos medios sería el inicio para la formación de personas capacitadas antes que hablar de industria, se requiere hablar de formación de creadores de contenido. Hay un interés generalizado entre los creadores audiovisuales por conocer sobre los nuevos medios, el número de personas inscritas en las Hackatones, laboratorios de creación y espacios de formación en festivales así lo corroboran.

Hasta el momento los festivales se han convertido en espacios de formación no formal y de encuentro entre personas interesadas en los nuevos medios o creadores. No obstante, la formación de públicos de nuevos medios en los festivales sigue siendo reducida en tanto a los festivales suelen asistir la gente que pertenece al sector audiovisual, y no asisten usuarios nuevos o público masivo y diversificado. El público de los proyectos transmedia es endogámico, terminan viendo los proyectos las mismas personas que están interesadas en el tema o quienes producen contenidos.

Una de las ventajas de los proyectos digitales es la relación que se puede establecer con el público objetivo, porque se pueden realizar continuamente test, muestreos, etc. que establecen un contacto con la audiencia. Al camino de los nuevos medios no le puede ocurrir lo mismo que el cine que cada vez se centró más en las películas y menos en las audiencias. En cine los profesionales no se han especializado en distribución y circulación y es prioritario que en nuevos medios si se apueste a áreas diferentes que vinculen a las audiencias y no se repitan algunas debilidades que se han manifestado en la industria del cine o en la televisión. En la producción de contenidos digitales es obligatoria esa conexión con los usuarios en términos de navegación, interacción y usabilidad.

Por otro lado, las plataformas de canales como RTVC, si bien no producen propiamente contenidos transmedia, si están intentando hacer que los televidentes se acerquen a plataformas digitales y entiendan la dinámica de los contenidos que se generan ahí. Se requiere una educación inicial en la cual los usuarios comiencen a comprender la dinámica de otra serie de productos expansivos digitales. Desde el periodismo digital también se han generado contenidos enfocados muy tímidamente a la interactividad y esos usuarios eventualmente podrían ser otro espacio de formación inicial para ampliar el público de proyectos de creación en nuevos medios.

2.4.3.6 Repositorio o canal de divulgación de nuevos medios

Es prioritario que exista una ventana de difusión para los proyectos transmedia realizados en el país, un banco de contenidos como un Docubase con información y redirección a los

proyectos. Es un punto importantísimo para ver y entender lo que se ha hecho en Colombia hasta el momento. Además, permitiría ampliar los referentes realizados en el país, siempre suele citarse o hacer referencia a los mismos proyectos. Los transmedia con el tiempo tienden a desaparecer bien sea porque el equipo de producción no continúa pagando el dominio en internet donde está alojado el proyecto o porque con los años consideran que el proyecto ha cumplido su ciclo.

De ahí, que resulte necesario prever desde el inicio del proyecto como se subvencionará su exhibición en internet para que no se pierda. Sin embargo, otros de los asistentes al focus group consideran que es imposible seguir sosteniendo el dominio a lo largo del tiempo por razones económicas y porque, luego de unos años, el equipo de trabajo tiene otros intereses o proyectos a los cuales considera mejor darles prioridad. En ese sentido, un banco de contenidos como el que tiene el Ministerio de Cultura podría ser una solución, pero en este banco solo se alojan contenidos financiados por el Ministerio.

- **Jurados de convocatorias**

Finalmente, en este grupo focal participaron varios de los jurados frecuentes de las convocatorias de medios digitales, transmedia y audiovisuales expandidos, en base a sus experiencia como pares evaluadores hicieron algunas sugerencias a los términos de las convocatorias. Plantean que las convocatorias no tienen unidad de conceptos, cada convocatoria entiende los nuevos medios de manera diferente, cuando se revisan las definiciones de nuevos medios de Proimágenes, el Ministerio de Cultura, IDARTES, el Ministerio TIC, entre otros, se percibe que cada uno entiende de forma distinta los nuevos medios y los posibles resultados que pueden generarse. Se requiere hacer unas mesas de trabajo conjuntas para unificar conceptos y verificar que tipo de proyectos se precisa incentivar.

Entre los realizadores también hay confusión en los conceptos, en los términos y por ende en las propuestas. Muchas veces se privilegia la creación de medios o productos expansivos sin tener en cuenta la narrativa y si la temática realmente justifica esa expansión que se propone. A veces los proyectos audiovisuales son simplemente lineales y no ameritan una expansión o fragmentación de contenido. En general, hay una carencia de productos offline y del potencial análogo dentro de las propuestas de productos expandidos, la gran mayoría de proyectos son

concebidos para difundir en pantallas digitales. Son contadas las experiencias en las que hay una capa de narrativa o experiencia offline como: teatro, performance, etc. Los jurados de las convocatorias observan que los creadores que son expertos en contenidos tienen como mayor debilidad el componente tecnológico. Mientras que hay otras propuestas en el que el desarrollo tecnológico es el fuerte pero el contenido es difuso.

Hay pocos proyectos que incluyen estrategias para llegar de público y generar comunidad con el proyecto. Salvo las convocatorias de Proimágenes, las demás convocatorias no suelen hacer seguimiento o evaluación a los proyectos ganadores. Algunas convocatorias parecen privilegiar sólo algunas formas de extensión como la serie web. El esquema que pide cada entidad en los estímulos que otorga y los tiempos de entrega a veces son restrictivos.

Los estímulos actuales en las convocatorias nacionales son para desarrollo porque resulta costoso pensar en la producción. Sin embargo, es interesante ver que Colombia es uno de los pocos países que da estímulos para la etapa de desarrollo, lo que se traduce en un interés generalizado por fortalecer los nuevos medios en el panorama nacional y dejar de tener prototipos sino más bien proyectos.

3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.1 Conclusiones

La presente investigación permitió conocer el panorama de la producción transmedia en Colombia desde el año 2012 hasta el 2018, iniciando por un diagnóstico en el que se pudieron identificar los proyectos expandidos producidos y sus principales características. En el país se percibe un gran interés de realizadores y productores por conocer y generar contenidos para plataformas digitales. La creciente oferta de estímulos por convocatoria también corroboran el fomento que desde los agentes públicos se quiere dar a los nuevos medios en el país. Colombia es uno de los pocos países en Latinoamérica que otorga estímulos para la fase de desarrollo de los proyectos.

En el estudio se pudieron rastrear 106 proyectos colombianos con un componente transmedia desarrollados entre el periodo de 2012 a 2018. El 63% de las obras transmedia realizadas en el país pertenecen al género documental, el 15% al género ficción, el 6% a animación. Finalmente, solo el 5% son obras más experimentales

Entre los proyectos se destaca la presencia del audiovisual como eje narrativo del universo planteado con un 39,7%. Sin embargo, no se diseña la expansión desde la formulación del proyecto, si no desde la experimentación e intereses particulares de los creadores. En ese sentido, se hace necesario pensar los proyectos desde la fase de diseño e implementar metodologías como el *design thinking* para involucrar a las audiencias en el proceso y trascender de la etapa desarrollo a una etapa de producción en Colombia.

Asimismo, la afinidad por productos expandidos se relaciona con las artes visuales en un 19,2%, fundamentalmente con series fotográficas, y en menor medida con el diseño 9,6%. Las artes vivas son el menor campo disciplinar abordado. Mientras que los productos diseñados en literatura representan el 6,8% y suelen ser en su gran mayoría el diseño de e-books. Mientras que los productos relacionados con música no superan el 5,5% y suelen ser conciertos en vivo o álbumes musicales.

La forma de interacción más empleada es a través de una interacción simple a través de página web 47,2 %, los contenidos están dispuestos en una interfaz para que el usuario navegue según su preferencia, sin que necesariamente haya colaboración o modificación alguna sobre los contenidos alojados en la página web. En un menor porcentaje se encuentran las experiencias inmersivas en realidad virtual y realidad aumentada 9.8%.

En general, hay una carencia de productos offline y del potencial análogo dentro de las propuestas de productos expandidos, la gran mayoría de proyectos son concebidos para difundir en pantallas digitales. Son contadas las experiencias en las que hay una capa de narrativa o experiencia offline.

El porcentaje de obras con reconocimientos es considerablemente bajo en relación al número total de obras realizadas. En el caso de premios o nominaciones nacionales solo el 17% de las obras los han obtenido. Mientras que internacionalmente solo el 11%. Coinciden que los proyectos que han recibido algún tipo de estímulo por convocatoria son los proyectos que han obtenido los reconocimientos.

La labor de acompañamiento de los dos Ministerios (Cultura y TIC), Proimágenes, ANTV, IDARTES, entre otros entes, se ha planteado a modo de coproducción conjunto con los creadores de contenidos del país. Esto implica el desarrollo de una serie de actividades para la realización y la circulación de las propuestas, así como la disposición de recursos económicos, el talento humano, el conocimiento, la capacidad técnica y la competencia operativa.

Sin embargo, la mayoría de las convocatorias se enfocan en el desarrollo, dando como resultado la formulación de una cantidad representativa de proyectos que no son finalizados en el tiempo. Por lo tanto, se requiere colaboración en las diferentes etapas, como las etapas de exhibición y circulación en las cuales se requiere especial respaldo para que los proyectos no concluyan, prematuramente, en la fase de desarrollo. También se precisa un mayor número de estímulos para la circulación de los prototipos hechos en festivales, talleres o mercados especializados.

De igual forma, el trabajo de campo con los grupos focales permitió conocer algunos aspectos relacionados con los procesos de financiación, por ejemplo, el que la convocatoria de New Media la realice PROIMAGENES hace que los proyectos digitales entren dentro de una lógica de producción que es afín al sector audiovisual, pero los proyectos digitales tienen una naturaleza y por ende un proceso diferente, que no necesariamente responde a las dinámicas de la industria cinematográfica. Si bien, hay unos elementos del lenguaje cinematográfico que se pueden aprovechar para el desarrollo de los proyectos digitales, las características particulares los proyectos de nuevos medios hacen que sean diferentes y, en consecuencia, deberían tener una convocatoria completamente independiente.

En ese sentido, durante en el dialogo sostenido con los realizadores en los grupos focales se dejó sobre la mesa la posibilidad de crear una especie de PROIMAGENES New Media que solamente se encargara de este tipo de proyectos y aglutinara los proyectos digitales. Debido a que existe una red de entes gubernamentales que se encargan de diseñar y asignar los recursos para los proyectos new media, tal vez Proimágenes no sea el ente más idóneo para liderar este proceso, pero si puede ser un ejemplo del modelo de financiación de contenidos digitales.

No se puede aún hablar de un mercado, mucho menos de una industria de nuevos medios en el país. Todavía no se puede decir que hay una industria de nuevos medios en el país. El entorno digital es emergente, caótico y el desarrollo de nuevos medios aún más.

En Colombia no es muy claro o no hay una política aún para incentivos fiscales para las empresas privadas, como lo tiene cinematografía. No es claro cuál sería el retorno de la inversión en la industria privada si se comercializan uno o varios de los productos expandidos. Eventualmente se podrían entregar a inversores privados un certificado de donación e inversión que ayudara a reducir su declaración de renta. En el nuevo Plan de desarrollo del gobierno vigente los certificados de donación para apoyo a cine y se ampliaron hacia el sector audiovisual. Pero esta aún por determinar si los productos transmedia, de realidad virtual o aumentada caben dentro de lo que se denomina sector audiovisual. El FDC tiene como uno de sus mecanismo la recolección de recursos a través las taquillas de cine, recursos que posteriormente son reinvertidos en la producción de nuevas películas. Teniendo en cuenta que el retorno en la taquilla para el caso del cine a veces no se consigue de forma fácil, para los productos de nuevos medios el retorno económico podría ser aún más arriesgado.

Otra posibilidad de financiación podría sería hacer lo que en su momento intentó la Cámara de Comercio con Ángeles Inversionistas, proponerles a las empresas privadas que tienen una marcada línea de responsabilidad social que apoyaran este tipo de iniciativas. En términos comerciales, sería necesario vincular la marca dentro del desarrollo del producto de new media y para esto sería fundamental definir el tipo de usuarios y la forma de llegar a ellos a través de las marcas de estos ángeles inversionistas y así relacionarlo con los productos expandidos.

En consecuencia, se deben buscar mecanismos como los que tiene actualmente el FDC con la empresa privada, para no depender en la producción de los productos new media exclusivamente de los recursos públicos y de la asignación presupuestal del gobierno de turno.

Frente a la poca vinculación que hacen los realizadores de proyectos new media con los usuarios o con estudios de audiencias previos. Una posible solución sería que desde las convocatorias se acompañara a los creadores en cada etapa y en que se fueran haciendo pruebas y test de los prototipos no solo teniendo en cuenta los requerimientos técnicos, sino las reacciones y vinculación frente a público objetivo. O buscar actividades en las que los creadores se conecten con los usuarios y ellos les den una retroalimentación para que de esta manera vayan incluyendo al público en sus desarrollos. A través de las convocatorias se podrían vincular estas actividades de mercadeo y de estudios de audiencias dentro de las actividades a realizar.

Sobre este tema, en las discusiones con los grupos focales se sugirió, crear una base de datos de expertos en new media por áreas como la que tiene la Film Comisión para disminuir el problema de conformar los equipos interdisciplinarios. En ese sentido, se deben propiciar espacios de encuentro de personas con perfiles interdisciplinarios que sean abiertos, o laboratorios como los que realiza el MIT y el MediaLab del Prado Para tal fin, la Cinemateca podría ser un canal estratégico para convocar personas interesadas que provengan de distintas áreas disciplinares.

Finalmente, para los estímulos futuros se deben buscar asesores expertos en nuevos medios sobre todo para guiar los términos de la convocatoria, en tiempos y productos mínimos viables con el fin de velar por la calidad de los productos.

3.2 Recomendaciones

A continuación, se establecen las siguientes recomendaciones para el mejoramiento de los procesos relacionados con la producción, financiación y mercadeo de los contenidos expandidos del universo transmedia.

- Diseñar estrategias para la difusión de los proyectos, la mayoría de los proyectos se enfocan en la creación y el desarrollo de las propuestas, pero luego en la etapa de circulación dan casi por terminado el proyecto y no hay un seguimiento a la circulación o posibilidades de comercialización del mismo.
- Documentar la forma en que cada uno de los proyectos transmedia realizados en el país: el transmedia de tipo educativo, el transmedia comercial y el transmedia artístico-experimental se desarrollan bajo unos propósitos particulares y este proceso podría documentarse para generar memoria de los modelos de diseño para los nuevos creadores de contenido.
- Diseñar estrategias de interacción con la audiencia sigue siendo uno de los mayores retos. Los transmedia en Colombia aún tienen una interacción baja, la mayoría propone sólo una interacción con los contenidos a través de la página web, pero no son propuestas colaborativas y los usuarios no contribuyen o modifican de los contenidos existentes y tampoco generan nuevos.
- Unificar criterios para poder registrar el proyecto transmedia completo ante la Dirección Nacional del Derecho de Autor. En la actualidad en el proceso de registro se debe inscribir cada producto expandido por separado y no es concebida la obra como una totalidad.
- Diseñar repositorios en los cuales se difundan los proyectos financiados. Si bien en Colombia se están produciendo proyectos transmedia las entidades que otorgan los estímulos no los están haciendo visibles en sus plataformas.
- Realizar mesas de trabajo conjuntas entre las distintas convocatorias de estímulos nacionales en nuevos medios para unificar conceptos y verificar que tipo de proyectos se precisa incentivar. Las convocatorias actuales no tienen unidad de conceptos, cada convocatoria entiende los nuevos medios de manera diferente, cuando se revisan las definiciones de nuevos medios de Proimágenes, el Ministerio de Cultura, IDARTES, el

Ministerio TIC, entre otros, se percibe que cada uno entiende de forma distinta los nuevos medios y los posibles resultados que pueden generarse.

- Aumentar los espacios de mercado para conectar los equipos de producción con empresarios que pudieran ser beneficiarias de exención de renta para empresas con actividades relacionadas con la economía naranja. Al BAM, por ejemplo, suelen asistir los realizadores y personas del mercado audiovisual, pero se podrían convocar a las personas de la empresa privada y hacer un primer acercamiento con ellos para encontrar rutas de comercialización de los productos expandidos transmedia.
- Reforzar los espacios para conectar los profesionales de distintas disciplinas y poder conformar los equipos interdisciplinarios que se requieren para el desarrollo de los proyectos en nuevos medios. En ese sentido, una base de datos o plataforma como la que actualmente tiene la Comisión filmica resultaría de gran utilidad para conectar las personas interesadas en conformar estos equipos.
- Ampliar los espacios de formación de públicos en nuevos medios con canales especializados que difundan los productos expandidos y sus particularidades. La consolidación de audiencias requiere primero la formación de públicos.
- Promover espacios de formación tecnológica y teórica especializada que ayuden a los creadores a adquirir destrezas en el manejo de herramientas tecnológicas y les ayuden a consolidar conceptos. Asimismo, incluir dentro de los planes de estudio en las escuelas de cine, televisión y medios audiovisuales formación en nuevos medios.
- Aumentar los espacios físicos para poner en marcha los dispositivos que se requieren en los new media. No solo se trata de infraestructura sino de equipos que estén a la vanguardia en desarrollo tecnológico.
- Darle prelación a otras áreas en desarrollo y dejar de darle preferencia al audiovisual. Los clústeres creativos que están en la periferia pueden diversificar no sólo los productos

expandidos sino la industria, y son justamente estos productos los ignorados dentro de las convocatorias nacionales.

- Reconocer otras formas de ingreso y de como monetizar los productos expandidos, encontrando las plataformas propicias para hacerlo, es una de las necesidades de la incipiente industria de nuevos medios en el país. Para esta labor el acompañamiento de profesionales de marketing digital y publicidad podría resultar valioso.
- Establecer una estrategia de robustecimiento de habilidades empresariales y de mercadeo de las empresas jurídicas o productoras proponentes en las convocatorias. Con el fin de formar profesionales con capacidad para gestionar y hacer la comercialización en nuevos medios que responde a otras lógicas distintas a las del mercado audiovisual.
- Identificar cuáles son las plataformas en las que circularán los contenidos en Colombia y fuera del país es imperioso. Las autoridades públicas interesadas en nuevos medios podrían auspiciar estudios que permitan identificar los mercados y los caminos de circulación de nuevos medios.
- Mejorar y garantizar la conectividad del país resulta fundamental para poder acceder a los contenidos de nuevo medios como realidad virtual y aumentada. En lugares apartados del país aún es difícil o nulo el acceso a internet.
- Incluir dentro las convocatorias de estímulos a nuevos medios, un requisito en el que los proponentes definan con precisión el tipo de audiencia al que va dirigido cada uno de los productos expansivos transmedia o en su defecto, presentar estudios de audiencia, para así garantizar que se conciba a los usuarios desde el diseño del proyecto. Dentro de los términos de las convocatorias se sugiere también que se soliciten estudios de evaluación de impacto y de sostenibilidad de los proyectos.

- Crear de una comisión intersectorial orientada a trabajar en el fortalecimiento de la industria en el que participen los Ministerios, representantes de la academia, de la empresa privada y los productores con experiencia previa en la realización de proyectos en nuevos medios. Esta comisión contribuiría a la coordinación entre sectores de la industria interesados en nuevos medios y a articular la producción con los objetivos estratégicos de la economía naranja.

PLAN DE SOCIALIZACIÓN

4.1 Espacios audiovisuales y académicos

El plan de socialización tuvo varios frentes. El primero fue en el sector audiovisual en: la Muestra Internacional Documental de Bogotá MIDBO, en el VI Festival de Cine Creative Commons & new media Bogotá, y ante el Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC). En el caso de la MIDBO se presentó y fue seleccionada la propuesta de trabajo Mesa de trabajo Transmedia en Colombia en el Encuentro pensar lo real. En el caso del Festival se realizó un conversatorio abierto del proyecto de investigación.

La segunda estrategia de socialización se desarrolló en espacios académicos en universidades con ponencias derivadas de los resultados de la investigación en: el Congreso TREND – TIC 2019 organizado por la Maestría en transmedia de la Universidad Manuela Beltrán y una ponencia en el VIII Congreso Internacional de Investigación RED RIACO 2019.

Adicionalmente, se realizaron presentaciones con los resultados de la investigación en la Universidad Pontificia Bolivariana, sede Medellín, con la participación de estudiantes y profesores de la Maestría en Cine Documental. De igual forma, se hizo una presentación en la Feria del libro de Bucaramanga ULIBRO 2019 organizada por la Universidad Autónoma de Bucaramanga. Ver el anexo 3. Soportes de las socializaciones realizadas.

La socialización de la investigación se realizó en diferentes momentos, de acuerdo al calendario de los eventos y los avances de la misma investigación, en cada evento de socialización se procuro mostrar el repositorio en línea.

Tabla 9 Socialización investigación transmedia

SECTOR Y/O ESTRATEGIA	EVENTO	FECHA Y LUGAR
1. Audiovisual	MIDBO. Muestra Internacional de Documental 2019. Encuentro pensar lo real. Coordinación de mesa de trabajo Transmedia en Colombia.	Octubre 31, noviembre 1 y 2 de 2019 Bogotá.
	VI Festival de Cine Creative Commons & new media Bogotá.	Noviembre 6 de 2019 Bogotá.
	Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía (CNACC).	En la fecha que estipule Proimágenes.
2. Académico	Universidad Manuela Beltrán. Congreso TREND – TIC 2019. Tecnología, Educación e innovación para la sociedad del conocimiento.	Agosto 30 de 2019 Virtual.
	Universidad Autónoma de Bucaramanga. Feria del libro de Bucaramanga ULIBRO 2019.	Agosto 29 de 2019 Bucaramanga.
	Universidad Pontificia Bolivariana, sede Medellín. Maestría en Cine Documental.	Octubre 17 de 2019 Medellín.
3. Redes de Investigación	RED RIACO 2019 en el marco del VIII Congreso Internacional de Investigación.	Octubre 16 y 17 de 2019 Bucaramanga.
4. Página web	Alojado en el dominio: http://anateresaarciniegas.com/transmedia/	Desde Septiembre de 2019.

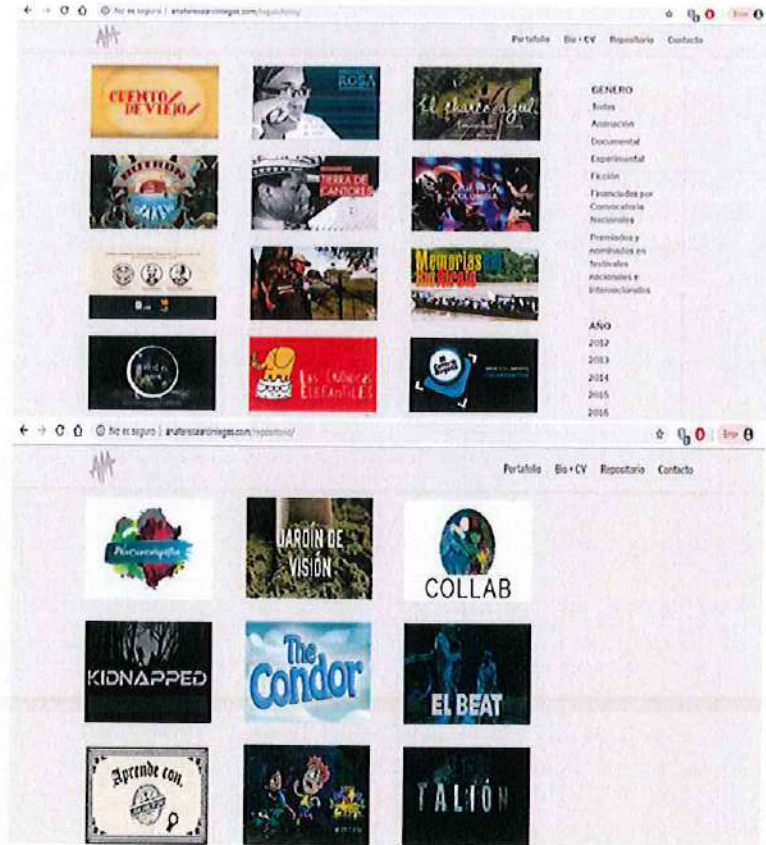
Fuente: elaboración propia.

4.2 Repositorio en línea

Finalmente, como estrategia de socialización de los resultados de la investigación se diseñó y realizo un repositorio en línea el enlace permanente del repositorio es:

<http://anateresaarciniegas.com/transmedia/>

figura 6 Repositorio Transmedia en Colombia



Fuente: elaboración propia.

El repositorio es una fuente de consulta permanente de los proyectos transmedia realizados en Colombia hasta el 2018. Si bien, en la base de datos se pudo hacer el rastreo a 106 proyectos transmedia realizados entre 2012 a 2018. La mitad de los enlaces de los proyectos dejaron de funcionar, en su gran mayoría porque el equipo de producción dejó de pagar el hosting y se perdió la memoria del proyecto. En consecuencia, solo quedaron los proyectos que tienen un enlace activo. El repositorio tiene solo fines de consulta educativos y culturales, redirige directamente a la página de cada proyecto. Se han establecido los siguientes motores de búsqueda o de clasificación de las producciones:

- Por año de realización (2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018)
- Por género audiovisual (Documental, Ficción, Animación, Experimental)
- Por proyectos financiados por convocatorias y estímulos (NewMedia- New Media Canadá, IDARTES, CREA digital, ANTV)
- Por nominaciones o premios obtenidos en Festivales especializados nacionales e internacionales.

Como imagen general del repositorio se creó un collage con las imágenes de los proyectos mismos. La página cuenta con una breve presentación sobre la investigación, la ficha técnica y los alcances. Se incluyó el logo del FDC y PROIMAGENES de acuerdo con el manual de uso establecido.

LISTA DE REFERENCIAS

Acero, O. (2015). *Explorando las Fronteras. Entre el documental interactivo y sus búsquedas narrativas*, (Tesis maestría). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.

Arciniegas, A. (2016). *El documental interactivo como un instrumento educativo*, (Tesis doctorado). Universidad Politécnica de Valencia, Valencia.

Bartle, R. (1996). Hearts, clubs, diamonds, spades: Players who suit MUDs. *Journal of MUD research*, 1(1), 19.

Belsunces Gonçalves, A. (2011). *Producción, consumo y prácticas culturales en torno a los nuevos media en la cultura de convergencia: el caso de Fringe como narración transmedia y lúdica* [Production, consumption and cultural practices around new media in the convergence era: Fringe as a case of transmedia and playful storytelling]. Master's thesis, Universitat Oberta de Catalunya, Spain.

Carrizo, J. G., & Díaz, O. H. (2015). Propuesta de un modelo genérico de análisis de la estructura de las narrativas transmedia/Proposal for a generic model of analysis of the structure of transmedia narratives. *Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 13(2), 260-285.

Castells, M. (1998). 1999. *Critical Education in the New Information Age*.

Cebrian Herreros, M. (2004) *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*. Barcelona: Paidós.

Dena, C. (2009). *Transmedia practice: Theorising the practice of expressing a fictional world across distinct media and environments* (Doctoral dissertation, University of Sydney).

Franco, G. (2014) *Transvertising. Nuevas tecnologías y lógicas de producción en las narrativas transmediáticas de tres campañas publicitarias en Colombia*, (Tesis maestría) Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.

Gallego Aguilar, A.F. (2011). *Diseño de narrativas transmediáticas*. Tesis de Maestría. Universidad de Caldas. Colombia

García, G. V. (2013). Convergencia de medios y nuevas formas de comunicación. *Revista Politécnica*, 9(16), 117-130.

González, M. A. C. (2010). La interactividad de las audiencias en entornos de convergencia digital. *Icono14*, 8(1), 11.

Jenkins, H. (2003). *Transmedia Storytelling: Moving characters from books to films to video games can make them stronger*. MIT Technology Review. Recuperado de: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>

Jenkins, H, Purushotma, R, Weigel, M, Clinton, K &. Robison, A. (2006). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21 Century*. Cambridge MA: MIT. <http://doi.org/10.1108/eb046280>

Jenkins, H, Deuze, M. (2008) *Convergence culture*. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1) Pg. 5-12. Doi: 10.1177/1354856507084415.

Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación* (Vol. 175). Grupo Planeta (GBS).

Jenkins, H. (2009). The revenge of the origami unicorn: Seven principles of transmedia storytelling. *Confessions of an Aca-Fan: The official blog of Henry Jenkins*. Retrieved from http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html

Kahn, P., Peters, R., & Landow, G. P. (1995). Three fundamental elements of visual rhetoric in hypertext. In *Designing user interfaces for hypermedia* (pp. 167-178). Springer, Berlin, Heidelberg.

Kinder, M. (1991). *Playing with power in movies, television, and video games: from Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Univ of California Press.

Kirzner, D. (2014). Contenidos y nuevos hábitos de consumo en medios. *Redes, fuentes y calidad de la información*.

López, S. R. (2013). Los contenidos audiovisuales en internet y su impacto en la televisión. *Razón y palabra*, (83), 682-692.

Marshall, D. (2002). The new intertextual commodity. *The new media book*, 69-82.

Martínez, J.D. (2015) *La producción audiovisual para dispositivos móviles, sus contenidos convergentes y la interacción con los usuarios. Caso Une telecomunicaciones*, (Tesis maestría) Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín.

McLuhan, M., & Nevitt, B. (1972). *Take today; the executive as dropout*. [Don Mills].

Montoya, D. F., Arias, M. V., & Arboleda, H. S. (2013). Sistemas intertextuales transmedia: exploraciones conceptuales y aproximaciones investigativas. *Co-herencia*, 10(18), 137-159.

Murray, J. (1997). Agency. *Hamlet on the Holodeck*. In (R. Packer & K. Jordan, Eds.), *Multimedia: From Wagner to virtual reality*, 380-398.

Nelson, T. (1981). *Literary Machines*. Swarthmore, Pa.

Osuna, S., & Busón, C. (2007). *Convergencia de medios. La Integración Tecnológica en la Era Digital*. Barcelona: Icaria Editorial SA.

Pérez de Silva, J. (2000) *La televisión ha muerto. La nueva producción audiovisual en la era de Internet: la tercera revolución industrial*. Barcelona: Gedisa.

Pine, B. J., Pine, J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: work is theatre & every business a stage*. Harvard Business Press.

Quiñonez, E, (2017) *Cultura Transmedia, Comunicación y Educación: avances y significaciones*, Bogotá, Editorial Universidad Manuela Beltrán.

Rigby, S., & Ryan, R. M. (2011). *Glued to games: How video games draw us in and hold us spellbound: How video games draw us in and hold us spellbound*. AbC-CLIO.

Ruano, S. (2009). Internet y la telefonía móvil nuevos soportes para distribuir contenidos audiovisuales. *Razón y palabra*, 14(68).

Ruiz, J. A. R., Peinado, L. D. L., & González-Gutiérrez, L. F. (2015). La narrativa transmedia como experiencia de simulación de inteligencia colectiva. El caso de Atrapados. *Signo y pensamiento*, 34(67), 60-74.

Salinas, H (2014) *La narrativa transmedia en el caso de El Man es Germán: un enfoque semiótico y narratológico*, (Tesis maestría) Universidad EAFIT, Medellín.

Santa Olalla. B (2017) *Arquitectura y validación de productos transmedia. Modulo 1: Diseño y ejecución de una arquitectura transmedia*. Maestría en Transmedia. Universidad Manuela Beltrán. Bogotá.

Scolari, C. A. (2009). Transmedia storytelling: Implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production. *International Journal of Communication*, 3, 586-606. Retrieved from <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/viewFile/477/336>.

Scolari, Carlos A. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto S.A. Ediciones

Toffler, A. (1980). The rise of the prosumer. *The Third Wave. New York: Morrow*, 265-288.

Uranga, W. (2008). Prospectiva estratégica desde la comunicación. Recuperado de: <http://tallerdeprocesos.blogspot.com/p/materiales.html>.

Vigo Montero, M. (2016) Público virtual y cultura participativa transmedia. Modulo 2: Cultura participativa transmedia.

Vouillamoz, N. (2000). *Literatura e hipermedia: la irrupción de la literatura interactiva; precedentes y crítica*. Ed. Paidós.

ANEXOS

Anexo 1. Fichas técnicas 106 proyectos transmedia colombianos.

Anexo 2. Matriz de análisis y sistematización.

Anexo 3. Soportes de las socializaciones realizadas.

Anexo 4. Asistencias grupos focales.

Anexo 5. Consentimientos informados de los asistentes a los grupos focales.

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
1	Cuentos de viejos	2012	Documental	Relatos orales, memoria	http://cuentosdeviejos.com
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>Cuentos de viejos es un documental colaborativo transmedia, el proyecto colecciona y organiza pequeñas historias personales contadas por gente mayor. Por medio de la serie animada de TV, y el sitio web, se integran los testimonios a las plataformas contemporáneas y se busca una reflexión sobre la memoria y la identidad que traen los relatos contados.</p>			<p>Creado por: Marcelo Dematei- Ana Ferrer- Laura Piaggio - Carlos Smith Dirección: Carlos Smith- Marcelo Dematei Producción: Carlos Smith Co-producido por: HIERROanimación, Piaggiodematei y Señal Colombia Proyecto Online: Laura Piaggio Sonido: Banda Sonora Original BSO- Edi Calderón eDiC</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS		ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> * Aplicación para dispositivos móviles (Cuentos de viejos APP) * Convocatoria ¡Tu viejo en la tele! * Convocatoria proyectos para colegios 	<p>Colaborativa Página web, serie de tv lineal.</p>	<p>2016- Finalista Prix Jeunesse Internacional, categoría No-Ficción, Munich, Alemania. 2015- *Premio Comkids/Prix Jeneusse Iberoamericano, categoría No-Ficción, San Pablo, Brasil. *Premio TAL a la Producción de Microprograma. Otorgado por la Red de televisiones culturales de América Latina. *Premio Lápiz de Acero, Mejor Diseño audiovisual. Colombia. *Premio India Catalina a la Innovación o Mejor Nuevo Formato para TV. Colombia. 2014- * Premio TAL a la Producción Innovadora. Otorgado por la Red de Televisiones Culturales de América Latina. Uruguay. *Premio TAL a la Producción de Microprograma. Otorgado por la Red de Televisiones Culturales de América Latina. Uruguay. *Premio India Catalina a la Innovación o Mejor Formato Televisivo. otorgado por la Academia de TV de Colombia. Colombia. *Premio Golden Kuker-Sofia, categoría "Mejor episodio de serie de TV". Bulgaria. 2012- *Premio CITIA/Imaginove al Mejor Proyecto Crossmedia. Annecy Animation Festival. Francia.*Premio Adobe Educación al Mejor Proyecto Crossmedia. Annecy Animation Festival. Francia. *Premio INA Expert. Annecy Animation Festival. Francia.</p>		<p>Estímulo Crea Digital, Señal Colombia</p>	

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
2	Poyecto Rosa	2012	Documental	Memoria, conflicto armado, violencia	http://proyectorosa.com
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>Rosa Amelia Hernández es la protagonista que inspira este proyecto documental transmedia. Por medio del sitio web, su navegación, contenidos periodísticos y diversos contenidos generados a partir de su lucha, se conocen otras historias que giran entorno a la aplicación de ley de víctimas y restitución de tierras, de igual manera, a la violencia que está directamente relacionada con los sucesos.</p>			<p>Dirección: Juanita León y Olga Lucía Lozano Dirección creativa, coordinación editorial y dirección y realización de la estrategia: Olga Lucía Lozano y Marcela Peláez Investigación y realización contenidos periodísticos y apoyo gráfico:*Camila Osorio, Juan Pablo Pino, Carolina García y Andrés Bermúdez (La silla vacía). *Diseño: Lorena Parra y Diego Salcedo *Fotografía: Janca *Proyectos artísticos: Fernando Arias, Libia Posada, Ana Patricia Palacios, Ana Fernández y Leila Ali *Música: Palenque Soultribe, Sole Giménez, Fonseca y Boba Estéreo Postproducción audiovisual: *Videos musicales: Velouria TV, Liliana Andrade, Julián Correcha. *Periodísticos: Laura López</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
*Yo apoyo a Rosa- Donaciones y aportes artísticos	Página Web, blog	2013- *Premio Gabriel García Márquez de periodismo, categoría Innovación. Colombia *Premio Alemán de Periodismo y desarrollo. Alemania.	*La Silla Vacía *Fundación Príncipe Claus para la cultura y el desarrollo		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
3	El charco azul	2013	Documental	Memoria, cuentos rurales	http://www.elcharcoazul.co/
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>El charco azul es un documental interactivo, donde una línea férrea de un tren olvidado, conducido por los testimonios de los integrantes de la familia Ordóñez, relata historias entre fantasmas y la cotidianidad. Un viaje que permite evocar el pasado y recorrer una realidad compleja, fundida con la ficción.</p>			<p>Dirección: Irene Lema Co-producido por: Señal Colombia Producción: Tatiana Villacob Cámara: Irene Lema Sonido Directo/ Post: Rafael Ospino Música: Alba Elena Aramburo- Grupo Buscujá- Mario Londoño Edición: Hernán Arango – Irene Lema</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS		ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN	
Documental interactivo	Página Web	<p>Selección Oficial FICCI *Festival Internacional de Documentales de Santiago *Muestra Internacional Documental de Bogotá *Festival de Cine del Caribe</p>		<p>Estímulo de Creación Documental FDC Colombia 2010</p>	

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
4	Butrón cuentos para niños con barba	2013	Animación	Aventura, fantasía	https://www.capitanbutron.com/
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>Tras la muerte de su amigo Isaías Barlett, el Capitán Butrón recibe una peculiar herencia que lo motiva a surcar de nuevo los mares. Esta vez en busca de una isla perdida, en alguna parte del Pacífico Sur, de la cual Isaías había dejado algunas pistas. A través de un libro ilustrado, canciones, un corto animado, una aplicación y una radionovela, seguimos las aventuras de Butrón en el mar.</p>			<p>Autoría, dirección, escritura prólogo, guión animación y composición de música: David Rios Animación e ilustraciones: KUKU Design Director fotográfico: Camilo Rozo Edición contenidos audiovisuales: Sebastián Hernández Ilustraciones literarias: Sergio Chaves Director animación: Camilo Ayala Ilustración fondos y diseño de personajes: Daniel Roa</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS		ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
<ul style="list-style-type: none"> *Libro *Radionovela *Corto animado *Álbum musical *Butron, cuentos para niños con barba APP Presentaciones musicales en vivo *Merch (USB, Separadores, camisetas, figuras tejidas) 		Página Web	<p>Nominado:2016- Competencia Nacional Videoclip Bogoshorts, Colombia 2014- Competencia oficial, categoría Showcase, SICAF, Corea del Sur 2014- SHOCK Tigo, Premios SHOCK, Colombia 2014- Mejor cortometraje animado, Festival de cortometrajes Hayah, Panamá</p>		<p>Convocatoria Crea Digital de los Ministerios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y de Cultura- 2013 y 2015</p>

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
5	Tierra de cantores	2013	Documental	Patrimonio cultural, música.	http://www.tierradecantores.net
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Tierra de cantores evoca los trazos de un paisaje que se ha borrado con el tiempo. El sonido de un territorio que se hizo relato en la tradición vallenata. Este documental por episodios dialoga con viejos juglares que aún teclean sus acordeones mientras relatan pasajes de su tiempo en el Valle de antaño. Repasa las gestas de laboratorios musicales, en las que nacieron, tras parrandas amistosas, las canciones más importantes de una época de compositores que supieron retratar su tiempo con el corazón y no con el bolsillo.</p>				Enlace no activo	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
Documental interactivo		Enlace no activo		Enlace no activo	Enlace no activo

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
6	Qué pasa Colombia	2013	Documental	Patrimonio cultural inmaterial, música.	http://www.quepasacolombia.net/
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Proyecto sobre la escena musical colombiana. Muestra la diversidad de géneros musicales y músicos que se encuentran en Bogotá, Medellín y Cali. Polifonía de voces de músicos.</p>				<p>Dirección y edición: Olivier Hoffschir et Thomas Petitberghien Dirección de arte: AnGi Bidault Diseño gráfico: Jérôme Gonçalves Desarrollo: Emmanuel Durgoni Líder técnico: Maxime Quintard</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
Documental interactivo		Página Web		//	//

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
6	Mnemea	2013	Documental	Patrimonio cultural material	http://www.anateresaarciniegas.com/musunab/index.php
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Mnemea es un proyecto que busca salvaguardar, recuperar e investigar tres colecciones patrimoniales de la Universidad Autónoma de Bucaramanga; la Colección de cerámica Guane, la colección fotográfica Quintillio Gavassa y la Colección Musical Maestro Gustavo Gómez Ardila, por medio de una interfaz web para conocer cada una de las colecciones.</p>				<p>Dirección: Ana Teresa Arciniegas Realización audiovisual y Montaje: Cristian Vera Pedraza y Sebastián Cárdenas Maestre Programadores: Carlos Silva Villamizar, John Gamarra González y Carlos Ramírez Roza Diseñador Gráfico: Alejandro Arroyave</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
*Documental interactivo		Página Web			Universidad Autónoma de Bucaramanga

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
6	Les voy a contar la historia	2013	Documental	Medio ambiente, conflicto armado.	http://lesvoyacontarlahistoria.com/index.php/es/
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>Desplazada por la fuerza de sus tierras de trabajo en varias ocasiones, la comunidad de Las Pavas decide retornar. Bajo permanentes ataques y amenazas retoma la siembra de sus alimentos tratando de frenar el avance del monocultivo de palma aceitera. La música, su principal instrumento de resistencia, es la banda sonora de una historia trágica pero llena de esperanza, como la historia misma de Colombia. Les voy a contar la historia es una recopilación sonora y audiovisual de la memoria histórica de la comunidad de agricultores de Las Pavas, Bolívar, cantada y contada por sus protagonistas</p>			<p>Dirección: Ricardo Torres Producción: Fundación Chasquis (Bogotá, Colombia) y Associazione REC (Lugano, Suiza) Dirección de Fotografía: Freddy Bayona Sonido Directo: Juan Manuel Peña Música original: César López & Taty Hermides Manzano, Edwin Torres, Etni Torres, Orlando Ospino, Efraín Alvear</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS		ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN	
<p>*Documental interactivo *Álbum Musical *Instalación museográfica "Les voy a contar la historia" *Conciertos *Exposiciones fotográficas y audiovisuales</p>	Página Web	<p>2013- Premio del International Human Rights Forum, Suiza 2013- Nominación Grabación Especial, Premios Shock, Colombia 2013-Premio Nacional de Paz para ASOCAB (Asociación de Campesinos de Buenos Aires, Las Pavas), Colombia 2013- Reconocimiento oficial como víctimas de desplazamiento forzado a las familias campesinas de ASOCAB, por la Unidad de Víctimas del gobierno colombiano, Colombia</p>		<p>*Verein Connaect, Picó Films *Beca del Ministerio de Cultura y el Centro Nacional de Memoria Histórica para proyectos museográficos sobre memoria - 2013</p>	

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
9	Memorias del Río Atrato	2013	Documental	Violencia, memoria	http://www.memoriasdelatrato.org
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Memorias del Río Atrato es un sitio web alimentado por el trabajo de diez comunidades del Medio Atrato Chocoano. Como resultado se evidencia la construcción y elaboración de contenidos de memoria desde la región, La importancia de dichos contenidos se valora en la medida que surgen desde las costumbres y expresiones culturales de los habitantes del Medio Atrato, permitiéndoles narrar y mantener presente esa memoria.</p>				<p>Enlace no activo</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
<p>Enlace no activo</p>					

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
6	4 ríos	2014	Documental	Violencia, conflicto armado	http://www.4rios.co
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>4 Ríos es un proyecto transmedia que cuenta historias del conflicto armado en Colombia con un enfoque artístico, comunicativo, social y tecnológico, que busca ofrecer diversas experiencias de inmersión y construcción junto a los usuarios y visitantes del proyecto por medio del uso de diversas herramientas, plataformas, medios y servicios.</p>			<p>Dirección y creación: Elder Manuel Tobar Producción: Yack Reyes y Orgánica digital Programador Líder y Disparador de Contenido: David Peña Lopera Concepto y Diseño Gráfico: Karlos Velasquez Programación Blog y Flujo de Memoria: Juan Diego Rodríguez Maquetas y diseño de Hardware: Adriana Sánchez Aguilar Story board y diagramación: Diego Fernando Sánchez Investigación Documental: Pablo Ernesto Tobar Realidad Aumentada: Pablo Enrique Arias Enciso y Andie Detrás de Cámaras: Rafael Santamaria</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> *Cortometraje animado *Cómics interactivos *Cómics impresos *Maqueta con Realidad Aumentada *Flujo de Memoria 		<p>Página Web, dispositivos móviles</p>	<p>2013- Premio Crea Digital – Categoría Sorprende Digital del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y Cultura, Colombia</p> <p>2012- Primer Premio Distrito Cinema Festival, por Distrito Cinema Festival y Centro Ático, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia</p>	<p>*Beca de creación, circulación y apropiación de contenidos audiovisuales a través de las nuevas tecnologías y redes de información, por el Instituto Distrital de las Artes (IDARTES), Colombia- 2012</p> <p>*Estímulos del Ministerio de Cultura- 2011</p>	

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
11	Las crónicas elefantiles	2014	Animación	Aventura, fantasía	http://www.lascronicaselefantiles.com/
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>Las crónicas elefantiles es un proyecto transmedia, tipo serie web animada, en el que los niños son cronistas de sus propias historias de vida. A través de cuentos narrados por ellos, donde se utilizan escenarios reales, se recrean relatos familiares inéditos ayudados por la ilustración y la animación. Paisajes de colores, formas, personajes e historias cobran vida a través de la narración y generan escenarios únicos.</p>			<p>Dirección y creación: Miguel Otálora Asistente de dirección: Julián Sánchez Dirección de arte: Carlos Riaño Producción de campo: Nina Valenzuela Fotografía: Tarcisio Rincón Animación: Emiliano González, Mauricio Vargas, Miguel Otálora Música: Manuel Borda Asistente de producción: Andrés Calderón</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS		ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN	
<p>*Elefantopedia (enciclopedia de definiciones de los niños) *Elefantástico (manual de instrucciones de niños)</p>	Página Web	2017- Ganador Mercedo de Coproducción de Señal Colombia		Convocatoria Crea Digital de los Ministerios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y de Cultura, Colombia- 2014	

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
12	El centro: Bogotá	2014	Documental	Ciudad, espacio público, memoria	http://elcentro.com.co / http://www.inter-doc.org/el-centro-bogota/
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>El centro de Bogotá es protagonista, con su caos, personajes y espacios. Desde diversas esquinas, los realizadores muestran un universo diferente de cada una. A través del documental interactivo se conocen diferentes lugares, personajes y se aproxima a la realidad de una manera diferente.</p>			<p>Realizadores por secciones El miedo: Angélica Meza, Carolina Navas, Camilo Martínez y Diana Niño Personajes: Carlos Cordero, Irene Lema, David Lombana y Juan Pablo Moya Los oficios: Lady Quintero, Edgar Medina, Juan Pablo Gómez y Javier Ballesteros Los sobrevivientes: Néstor Vidales, Johanna Perdomo, July Rodríguez, Camilo Pérez y Gabriel Castrillón Diseño Gráfico: Lady Quintero</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS		ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
Documental Interactivo		Página Web			*Klynt *Alta Consejería Distrital TIC *Universidad Agustiniana *ViveLab Bogotá

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
13	El naranjal	2014	Documental	Ciudad, gentrificación	http://www.antesquedesaparezca.com/elnaranjal/
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>El Naranjal es un paraíso oculto ubicado en pleno centro de Medellín. Paradójicamente, este barrio será destruido y arrasado con el pretexto de la renovación urbana, el desarrollo y embellecimiento de la ciudad y unos cuantos intereses público-privados. A través de diferentes recursos audiovisuales e interactivos, se conoce este barrio, sus personajes y todas las historias de las cuales el barrio ha sido testigo.</p>			<p>Dirección: Juan David Escobar Producción general: Punto Link Casa Creativa Producción Ejecutiva: Jorge Serna Realización Audiovisual: Juan David Escobar, Juan Pablo Quintero y Carlos Esteban Orozco Investigación: Juan Pablo Quintero Cámara: Daniel Quintero y Diego Guisao Fotografías: Diego Guisao, Juan Pablo Quintero, Daniel Quintero Sonido Directo: Jorge Escobar Edición: Manuel Castaño, Jorge Escobar y Juan David Escobar Música: Christian de los Ríos y Camilo Sisquiarco Diseño Web y graficación: Alejandra Arboleda y Jon Montoya</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
<ul style="list-style-type: none"> *Documental Interactivo *Colección fotográfica *Factoría Fotográfica (laboratorio de fotografía) *Museo Efímero Barrio Taller *Medellín Sobre Todos de Caldo de Cultivo (contra-campaña) *Videoclips Bambarabanda *Videoclip Afri-K Bambata-Moza 	Página Web	<ul style="list-style-type: none"> *2014- Muestra Festival de Cine Creative Commons, Bogotá *2014- Charla y muestra "Nuevas plataformas, nuevas historias", Campus Party, Bogotá 	//		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
14	Picó, la Máquina Musical del Caribe	2014	Documental	Música	http://www.pico.com.co/
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>Picó, la máquina musical del Caribe, es un proyecto transmedia sobre el Picó, un sistema de sonido artesanal considerado una expresión de una cultura urbana, popular y contemporánea de la costa caribe colombiana, que ha influenciado la historia de la música tropical desde hace aproximadamente 50 años. El proyecto esta constituido por un largometraje documental, un sitio web y una aplicación móvil que le permite al usuario crear su propia música a través del sampling y compartirla en las redes sociales.</p>			<p>Dirección: Roberto De Zubiria y Sergio Zaraza Dirección de Fotografía: Sergio Zaraza Cámara: Sergio Zaraza, Roberto De Zubiria, María Neyla Santamaría y Keka Serrano Producción ejecutiva: María Neyla Santamaría y Keka Serrano Montaje: César Pinilla Postproducción: Lapost Diseño gráfico: Dafna Vallejo, Wanda Quintero, Eddymer Salamanca, Freddy Romero, Diego Romero, Juan David Duque y Roberto De Zubiria Sonido Directo: Carlos "Chusco" Trujillo y Esteban Espinoza</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN	
<p>*Documental Interactivo * PicoAPP</p>		Página Web	<p>Finalista en Sundance London Film and Music Festival, 2013</p>	<p>*Ganador premio documental del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico Colombiano, 2012 *Olimpica Stereo y Stylart Records *Convocatoria Crea digital de los Ministerios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y de Cultura, 2014</p>	

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
15	Pregoneros de Medellín	2015	Documental	Espacio público, trabajo informal	http://www.pregonerosdemedellin.com/#streetwalk/plazabotero-start-carabobo
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>Pregoneros de Medellín presenta por medio de fotografías, videos y material multimedia, el universo laboral y personal de los vendedores informales que se apuestan en cualquier esquina, parque, plazoleta, lugar público o barrio del área metropolitana de la capital antioqueña. Su principal característica, quizás el sello que los identifica, es su permanente pregonar: ellos cantan a viva voz estribillos y canciones que imitan ritmos de la música popular, y con los cuales llaman la atención de los transeúntes para tocar sus corazones, y convertirlos en nuevos clientes.</p>			<p>Creado por: Juliana Carabali, Ángela Carabali, Esaú Carabali y Thibault Durand Dirección: Ángela Carabali y Thibault Durand Realización audiovisual: Ángela Carabali Realización Web: Thibault Durand Producción: Sara Espinal Ramírez Diseño Gráfico: Nicole Gómez Dirección de Fotografía, Cámara y Montaje: Mario Barrios Sonido directo, Diseño Sonoro y Mezcla: Carlos Arcila Música Original: Juancho Valencia</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS		ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN	
<p>*Documental Interactivo *Cápsulas documentales para televisión *Exposiciones itinerantes de fotografía *Exposición interactiva *Largometraje documental</p>	Página Web	<p>2016- Premio New Media del New Media Film Festival, Estados Unidos *2016- Premio Best Interactive Documentary del Film Gate, Estados Unidos 2016- Premio Prix Du Jury del Swiss Web Program Festival, Suiza 2016- Premio Prix Du Jury del Paris Web Program Festival, Francia 2016- Premio Prix Yverne Web&Doc del FIGRA, Francia 2017- Premio Best Interactive Digital Story del Madeira Film Festival, Portugal</p>		<p>Convocatoria Crea Digital de los Ministerios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y de Cultura- 2015</p>	

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
16	Paisaje Cultural Cañón del Chicamocha	2015	Documental	Patrimonio cultural inmaterial	http://www.anateresaarciniegas.com/chicamocha/
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Paisaje Cultural Cañón del Chicamocha es un documental interactivo que a través de fotografías y videos articulados por medio de las nuevas tecnologías, muestra el patrimonio arqueológico, arquitectónico y gastronómico, la riqueza que habita en el oriente colombiano.</p>				<p>Dirección: Ana Teresa Arciniegas Realización audiovisual y Montaje: Sebastián Cárdenas Maestre, Cristian Vera Pedraza y La Monaña Producciones Cámara: Héctor Abad Gómez Drone: Juan Camilo Ramón Música: Ikara wayra, Ricardo Barreto, Ricardo Barreto, Julian Abaunza, Oscar Gómez, Henry Rincón y Cristian Vera Diseño: David Rodríguez Durán Programación: John Gamarra González, Carlos Silva Villamizar y Anderson Silva Lizarazo</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
*Documental Interactivo		Página Web		//	Universidad Autónoma de Bucaramanga

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
17	Paciente	2016	Documental	Sistema de salud	http://pacientedoc.com
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>En Colombia, país cuyo inclemente sistema de salud obliga a sus usuarios a enfrentar absurdos obstáculos burocráticos para acceder a sus servicios, Paciente no es solo quien padece la enfermedad y espera superarla, sino también quien se encarga de cuidarlo y luchar diariamente contra el sistema para garantizar que su ser querido reciba todo lo necesario. Paciente es Nubia, una madre cabeza de hogar que pese a convivir con la angustia de perder a su hija por cuenta de un agresivo cáncer, consigue atravesar con admirable firmeza y convicción los laberínticos procesos del sistema de salud del cual depende la vida de su hija.</p>			<p>Dirección: Jorge Caballero Investigación: Carol Ann Figueroa Producción: Gusano Films S.A.S Co-producción: Señal Colombia Producción Ejecutiva: Rosa Mercedes Ramos Cortés Dirección de Fotografía: Lukas Jaramillo Ortiz Sonidista: Alejandro Molano Música: Alejandro Gallón Montaje: Jorge Caballero e Iván Guarnizo</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
<p>*Videojuego Impaciente *Videoinstalaciones con nueve cortometrajes *Webook, libro digital</p>	Página Web	<p>2016- Premio Mejor director documental del FICCI, Colombia 2016- Premio Especial del Jurado del FICG, México 2016- Premio SIGNES del Festival Cinelatino Recontres de Toulouse, Francia 2016- Premio Mejor documental del San Diego Latino Film Festival, Estados Unidos 2016- Premio Mejor Película sección Latitudes del Docs Barcelona, España 2017- Premio Nacional Cinemateca a la distribución de largometrajes, Colombia 2017- Premio Night Award del Signes de Nuit Ecuador, Ecuador 2017- Premio Mejor documental del FENAVID, Ecuador 2017- Premio SIGNIS del FENAVID, Ecuador 2017- Premio Edward Snowden del Signes de Nuit, Berlín 2017- Premio Mejor Película del Human Rights Film Fest, España</p>	<p>*Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC) *Fondo Latino del Tribeca Film Institute</p>		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
18	Yo no soy	2016	Documental	Transgénero, identidad de género	http://yonosoy-idoc.net
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>Proyecto sobre la construcción del género, que retrata experiencias de vida y luchas trans* Para la reivindicación de identidades alternativas, no normativas y disidentes del género en la sociedad colombiana.</p>			<p>Dirección: Máximo Castellanos</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
Enlace no activo	Enlace no activo	Enlace no activo	Enlace no activo		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
19	Proyecto ciudad. Más que paredes	2016	Documental	Ciudad, espacio público, arquitectura	http://masqueparedes.proyectociudad.com.co
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Proyecto ciudad. Más que paredes muestra a Bucaramanga desde la perspectiva enriquecedora del patrimonio arquitectónico, centrado en los relatos de sus habitantes y sus historias, con el fin de fortalecer y diversificar el discurso e inventario oficial ya existente. La ciudad cuenta la historia de sus espacios, los que sobreviven y los que ya no están, a partir de los relatos que la componen.</p>				<p>Dirección: Frank Rodríguez y Camilo Arenas Dirección Desarrollo Web: Carlos Alberto Beltrán</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
<p>*Pintaramanga, murales artísticos *Exposiciones fotográficas *Exposiciones en colegios+ Fotografías</p>		Página Web		//	<p>Universidad Industrial de Santander y Universidad Autónoma de Bucaramanga</p>

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
20	Aislados	2016	Documental	Patrimonio Cultural	http://www.aislados.co/
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>540 personas habitan una isla del tamaño de media manzana. Aislados nos lleva a la isla artificial más densamente poblada del Caribe colombiano. Allí no hay policías. Ni curas. Ni conflicto armado. Hay 97 casas en las que viven 18 familias. Una escuela y una plaza pequeña con una cruz en el medio que hace honor a su nombre: Santa Cruz del Islote.</p> <p>La llegada de la modernidad y la posibilidad de un desalojo, los hace despertar como comunidad para enfrentarse a las nuevas posibilidades que les plantea el futuro.</p>			<p>Dirección: Marcela Lizcano Producción: Simón Beltrán, Marcela Lizcano, Juan Pablo Solano Vergara, Diego F. Bustamante, Sarahí Echevarría Dirección de fotografía: Marcela Lizcano y Cecilia Madomo Sonidista: Daniel Najjar Garcés Música: Daniel Michel y Carlos Valencia Montaje: Etienne Boussac, Carla Valencia</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN	
<p>*Documental interactivo *Programas Voluntariado</p>		Página Web	<p>2014- Premio Co-producción CNCINE, Ecuador 2015-Premio Mejor Largometraje Documental Screenings del BAM, Colombia 2015-Premio Mejor documental del DocsDF, México 2016- Premio Mejor documental del FICBAQ, Colombia 2016- Premio Mejor documental del Festival de cine colombiano de Nueva York, Estados Unidos</p>	<p>Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC)</p>	

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
21	Colombia Salvaje	2016	Documental	Política, corrupción	http://colombiasalvaje.com
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>Colombia Salvaje es una plataforma interactiva documental con elementos de docugame, que crea una experiencia humorística y una herramienta de participación colectiva en torno a uno de los aspectos más desastrosos de cultura política colombiana: el clientelismo. Este webdoc está construido para crecer gracias a los aportes de la comunidad de científicos, aficionados e ilustradores que hagan parte de las redes sociales del documental.</p>			<p>Dirección e Investigación: Richard Tamayo Nieto Dirección Creativa: Andrés Carvajal Dirección Audiovisual: Carolina Montes Dirección de Desarrollo: Camilo Rosero Desarrollo Web: Guillermo Malagón y Carlos Moncada Diseño gráfico: Vivian Sánchez</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
*Documental, docugame interactivo	Página Web, redes sociales	//	Beca para el Desarrollo Interactivo del Ministerio de Cultura, 2015		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
22	Álbum familiar colectivo	2016	Documental	Memoria	http://albumfamiliarcolectivo.com
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>"Ante el olvido, álbum familiar colectivo" es un documental transmedia que desarrolla desde diferentes plataformas historias de familias bumanguesas que comparten a través de sus álbumes familiares relatos para reconstruir y evidenciar parte fundamental de la memoria, el patrimonio e identidad de la ciudad.</p>			<p>Dirección: Alejandra Rojas Alejandra Rojas y Angélica B.</p>		<p>Cámara: Sonidista: Diego Villar</p>
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN	
*Documental interactivo		Página Web	//	//	

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
23	Radio Va-llena	2016	Documental	Memoria, migración	http://www.haciaelitoral.org/radioallena/
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>La radio Va-llena es uno de los proyectos que hacen parte la acción colectiva Hacia el Litoral. Se trata de una radio viajera que adopta la lógica de la Va-llena como animal migratorio para pasar de poblado en poblado llevando postales sonoras y también fotografías y un mapa que vienen alimentándose desde otros lugares. Está llena de saludos de parientes que se han ido, de relatos sobre sus proyectos y las iniciativas que surgen de las comunidades para no tener que irse, para cuidar el territorio y también historias y personajes.</p>			<p>Diseño Dispositivo: Colectivo La n-ésima, Colectivo NoisRadio, Miguel Tejada, Evelyn Soto Arizmendy, Leonardo Herrera, Melissa Saavedra, Camilo Aguilera, Yolanda Choís y Ana Milena Garzón Plataforma Digital Dibujos: Miguel Tejada, Colectivo La n-ésima Montaje web: Colectivo La n-ésima Fotografía Documental: Evelyn Soto Arizmendy Infofonías: Colectivo La n-ésima Postales Sonora y Programas de Radio: Colectivo NoisRadio Correspondencias Hip-Hop: Bagual Project Registro Documental: Melissa Saavedra, Evelyn Soto Arizmendy, Carolina Ángel, Mauro Colombo Montaje y Edición de Microdocumentales: Andrés Vélez Producción: Ana Milena Garzón, Yolanda Choís</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
*Documental interactivo *Radio Viajera		Página Web		//	<p>*Fundación Más Arte Más Acción y la plataforma Hacia el Litoral (Panamá - Colombia) *Convocatoria Crea Digital de los Ministerios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y de Cultura, 2014</p>

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
24	Proyecto pacífico	2016	Animación - Documental	Memoria, tradición oral	http://www.sommagroup.com/ladrilleros/site/
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
Proyecto pacífico es un proyecto interactivo que reconstruye y difunde la memoria histórica y la tradición oral de las comunidades del pacífico, por medio de relatos, realizados por los jóvenes de Ladrilleros, en combinación de animaciones que			Ilustraciones: Nathaly Cedeño Animación: Bernardo Restrepo Sonido: Kevin Miranda Narración: Comunidad Ladrilleros		
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
*Documental interactivo	Página Web	//	Convocatoria Crea Digital de los Ministerios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y de Cultura, 2016		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
25	Saberes y quehaceres	2017	Documental	Patrimonio cultural inmaterial	http://www.anateresaarciniegas.com/saberes/
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Saberes y quehaceres es un documental interactivo sobre los saberes y quehaceres tradicionales que hace parte del patrimonio cultural inmaterial del oriente colombiano, de los cuales se destacan como oficios tradicionales de la región: la talla en piedra y el tejido de artesanías en fique.</p>				<p>Dirección: Ana Teresa Arciniegas Realización: Cristian Vera y Sebastián Cárdenas Fotografía: Sebastián Cárdenas y José Miguel Franco Sonido y Música: Cristian Vera Drone: Alonso Angulo Montaje: La Montaña Producciones, Camilo Guerrero, Cristian Vera y Sebastián Cárdenas Montaje de Interfaz: Alejandra Rojas Diseño Gráfico: María Juliana Dueñas</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
*Documental interactivo	Página Web	//	Universidad Autónoma de Bucaramanga		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
26	Sin Oficio	2017	Documental	Memoria	http://www.sinoficio.com.co/
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
Sin Oficio es memoria para esquivar el olvido, una mirada a siete personajes que encarnan oficios que se están extinguiendo en Bucaramanga derivando en la desaparición de saberes y de las construcciones sociales tejidas alrededor de ellos a lo largo de los años.			Dirección: Laura Cárdenas Moreno Producción: Mario Camargo Dirección de fotografía: Alejandro Morantes Edición y montaje: Samuel Moreno Sonido: Diego Rosas Diseño Plataforma Web: Alejandra Rojas Música: Kevin Ariza		
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
*Documental interactivo	Página Web	Finalista Fondo de Desarrollo Cinematográfico de Colombia. Categoría relato regional Santander, 2017	//		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
27	Desarmados	2017	Documental	Memoria, conflicto armado	http://desarmados.org/
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
Desarmados, un proyecto de comunicación transmedia para intercambiar correspondencia entre los protagonistas del conflicto. A partir de historias narradas en video-cartas, los protagonistas generan un espacio de relatos en primera persona de los hechos ocurridos durante el conflicto para reconstruir la memoria histórica.				Realización: Paola Morales Escobar, Fabio Díaz Vergara y Juan Sebastián Zuluaga	
PRODUCTOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
*Deja tu relato-video cartas *Material Pedagógico (Bitácora estudiantes y guía pedagógica docentes)		Página Web		Nominado Kids' Choice Award Colombia a la Website Favorita, 2017	Convocatoria Crea Digital de los Ministerios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y de Cultura, 2016

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
28	Imagina la paz	2017	Documental	Memoria, creatividad, conflicto armado	http://www.imaginalapaz.com/
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Imagina la paz es un documental interactivo por el cual se vinculan los contenidos generados a partir de Laboratorios creativos lúdico-pedagógicos donde niños y las niñas crearon productos en radio, video y fotografía, basados en personajes colombianos que han sido olvidados o invisibilizados. Esa "otra historia" que busca fortalecer una memoria colectiva diversa, incluyente, orgullosa de su condición afro, indígena y mestiza, que reivindica la libertad, el amor por la tierra, la libre expresión, el respeto por la naturaleza y el poder del arte como movilizadores sociales.</p>				<p>Realización: Escuela de Medios para el Desarrollo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y la Corporación LUMEN 2000 Colombia</p>	
PRODUCTOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
<p>*Documental interactivo *Pasos para activar el pensamiento creativo, infografía *Guía de actividades y recursos</p>		Página Web		*2017- Premio Kids' Choice Award Colombia a la Website Favorita	Convocatoria Crea Digital de los Ministerios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y de Cultura, 2016

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
29	Extracciones	2017	Documental	Diario personal, narraciones autobiográficas	http://cargocollective.com/extracciones/
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
Sara Montoya para su proyecto de tesis de universidad crea un documental interactivo en donde se encuentran partes de su diario, por medio de fragmentos, fotografías y videos se viaja con ella, a uno de los periodos más críticos de su vida.				Dirección: Sara Montoya Sepúlveda Diseño gráfico: Sebastián Martínez y Renata Morales Edición video: Jahiber Muñoz Realización audiovisual: Iván Wild, Santiago Estrada, Juan Camilo Olmos, Carlos Correa y Sara Montoya	
PRODUCTOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
*Documental interactivo *Video Instalación		Página Web		//	//

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
30	Benkoz	2016	Documental	Raíces, identidad	http://benkoz.com/
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Benkoz es un proyecto transmedia desarrollado al rededor de una novela gráfica que busca ofrecer una punto de vista diferente de la cultura negra, mulata y mestiza del país. El personaje principal de este universo transmedia es Benkoz, un personaje inspirado de una personaje historico de San Basilio de Palenque recurrente en los anécdotas históricas de las comunidades afro del Pacífico colombiano como uno de los primeros nativos resistentes contra las fuerzas españolas en la</p>				<p>Dirección: Jean Paul Zapata Música: Juan Chongo Cuello</p>	
PRODUCTOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
<p>*Documental interactivo *Novela Gráfica</p>		Página Web		//	<p>*Convocatoria Crea Digital de los Ministerios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y de Cultura, 2015 *Beca de creación IDARTES</p>

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
31	Aguablanca: Pacífico Urbano	2016	Documental	Memoria	http://www.aguablancapacificourbano.co/mapa/inicio
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Aguablanca: Pacífico Urbano es un proyecto transmedia documental que busca valorizar la realidad y la memoria de las comunidades afropacíficas del Distrito de Aguablanca. El proyecto cuenta una plataforma interactiva que permite al 'prosumidor' compartir contenidos sonoros, audiovisuales y fotográficos.</p>				<p style="text-align: center;">Realización: Stephanie López, Jahiber Andrés Muñoz, John Rojas, Karen Bravo, Valentina Cortés, Daniela Anaconas, Oscar Narváez, Victor Palacios, Jeniffer Quintero, Nathaly Espitia, Sofia Giraldo, Leonardo Linares, César Osorio, Diana Girón, James Gutierrez y William Torres</p>	
PRODUCTOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
*Documental interactivo		Página Web		//	Convocatoria Crea Digital de los Ministerios de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y de Cultura, 2015

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
32	Destinos	2016	Ficción	Memoria,	http://destinospelicula.com/
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>¿A dónde va el tiempo que se pierde? ¿Se hace o se sigue el destino? Cinco historias se entrelazan en la búsqueda de los sueños, la nostalgia del pasado y la vida que pasa frente a nuestros ojos. Un boxeador quiere algo más que un triunfo. Un ex presidiario necesita retomar el rumbo tras 30 años. Un barrendero que tiene un único sueño. Un ayudante de construcción dedicado a otros. Una mujer que renuncia a la música por culpa del dolor. Estas cinco personas se darán cuenta que a veces, mirar al futuro es la única forma de</p>			<p>Dirección y guión: Alexander Giraldo Producción: Cine de Amigos, Camilo Fonseca y Ana Sofia Osorio Dirección de Fotografía: Eduardo Ramírez Dirección de arte: Carolina Iregui Sonido directo: Yesid Vásquez Música: Alejandro Ramírez Montaje: Andrés Porras</p>		
PRODUCTOS		TIPO DE INTERACCION	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN	
*Contenido de película interactivo *Convocatoria creación contenidos para película		Página Web	<p>*2016- Premio del público del FICCU, Colombia *2016- Premio Mejor película colombiana del FICS, Colombia</p>	Estímulos Cali 2016	

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
33	Colombian Loops	2015	//	Memoria	http://poliedro.com.co/portafolio/tecnologias-creativas/colombian-loops
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>Colombian Loops, es el primer banco de sonidos profesional colombianos en el mundo, cuenta con una tienda virtual donde puede comprar loops, instrumentos virtuales y tracks de ritmos de Cumbia, Vallenato, Banda de Vientos (porro) y sonidos de las islas.</p>			<p>Directora de la plataforma: Johanna Pinzón Producción musical: Ernesto Santos Investigadora musical: Doris Árbelaez Ingeniero de sonido y mezcla: Harvey Marín Abogado de propiedad intelectual: Felipe Cardenas</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
*Música para diferentes medios: Audiovisuales, publicidad, productor musical, ect.	Página Web	<p>*2013- Premio Crea Digital, por el ministerio de las Tecnologías de Colombia y ministro cultural.</p> <p>*2014- Premio categoría productos de alta innovación.</p>	Elegidos como uno de los 40 proyectos más innovadores de Colombia en el aniversario 128 de el periódico El Espectador		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
34	Atarraya: Escuela itinerante	2013	//	El avance	http://www.antorchafilms.com/index.html#parrafo2
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
Escuela que busca fomentar el desarrollo cinematográfico y poblacional colombiano mediante procesos de formación audiovisual para jóvenes talentos que carecen de dichas oportunidades.				Fundador: Director y productor Jhonny Hendrix Hinestroza.	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
Muchos de los estudiantes del proyecto de Atarraya Itinerante participaron en la producción del proyecto SAUDÓ		Página Web		//	2013 - Proyecto ganador de la convocatoria Crea Digital. 2014 - del Ministerio de las TIC, con el proyecto del E-Book interactivo "Encuentro de Almas".

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
35	Dulce y Salada	2018	Documental	Memoria	http://dulceysalada.com/
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
Dulce y Salada es un proyecto multiplaformal que plantea una metáfora entre los estados del agua con los estados de la memoria humana en el departamento del Magdalena, Nueva Valencia.				Autor y fotógrafo: Jorge Panchoaga	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
*Fotolibro. (Edición especial) *Web interactiva. *Exposición (En Barcelona)	Página Web	*2017- Premiado con el Poy LATAM. *Ganador del Premio Iberoamericano de Fotografía NEXOFOTO.	*Emerging Talent Award 2016 de Lens Culture. *Ganador de la beca SMarT Sustainable Mountain de creación fotográfica en Suiza. *Ganador del segundo premio del POYLatam categoría Nuestra Mirada. *Transmedia del Ministerio de las Tecnologías y las Comunicaciones de Colombia. *Ganador beca de emprendimiento artístico de tipo colaborativo. *Programa distrital de estímulos. *Beca de coproducción de proyectos cross y transmedia del MINTIC. *España; el IX Premio Nacional Colombo Suizo de Fotografía del Ministerio de Cultura, del Sexto Salón De Arte Joven del Club el Nogal. *El III Premio Nacional de Fotografía del Patrimonio Cultural de la Nación.		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
36	La radio va llena: Estación Viajera	2015	Documental	Memoria	http://haciaellitoral.org/radiovallen/?fbclid=IwAR2VOyGNUM5d-UjtTPowFIY-40bCSx1gWd5ECTwll6I3Tg0N-IInAg3qcE5M
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Es una plataforma de comunicación que combina la radio en vivo, la fotografía, el hip-hop y la cartografía para contar y dibujar el territorio que se encuentra entre las fronteras de Colombia y Panamá, del lado del Océano Pacífico. Este proyecto documental transmedia aborda el tema del fenómeno migratorio sobre el litoral gracias a la interacción directa con la comunidad involucrada.</p>				<p>*Diseño Dispositivo: Colectivo La n-ésima, Colectivo NoisRadio, Miguel Tejada, Evelyn Soto Arizmendy, Leonardo Herrera, Melissa Saavedra, Camilo Aguilera, Yolanda Choís y Ana Milena Garzón. *Dibujos: Miguel Tejada, Colectivo La n-ésima. *Montaje web: Colectivo La n-ésima. *Fotografía Documental: Evelyn Soto Arizmendy. *Infofonías: Colectivo La n-ésima *Postales Sonora y Programas de Radio: Colectivo NoisRadio. *Correspondencias Hip-Hop: Bagual Project. *Registro Documental: Melissa Saavedra, Evelyn Soto Arizmendy, Carolina Ángel, Mauro Colombo. *Montaje y Edición de Microdocumentales: Andrés Vélez. *Producción General: Ana Milena Garzón, Yolanda Choís.</p>	
PRODUCTOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
Documental interactivo.	Página Web	//	Este proyecto recibió la beca CREA DIGITAL 2014 de Mintic y MinCultura (Colombia) en la categoría Transmedia - Crossmedia.		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
37	Anahí, la guerra del corazón, de la serie lauzul	2018	//	//	//
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
//				Coproducción: Animatropo S.A.S	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN	
//	//		//	Este proyecto recibió la beca CREA DIGITAL 2014 de Mincic y MinCultura (Colombia) en la categoría Transmedia - Crossmedia.	

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
38	Pasos de Libertad	2017	Documental	Memoria	M5d-UjTPowFIY-40bCSx1gWd5ECTwll6f3Tg0N-1InAg3qcE5M
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
Este proyecto tiene como objetivo proponer un Contenido Educativo Digital (CED) implementado a través de narrativas transmediales que permita acercar a las nuevas generaciones a temáticas específicas de carácter cultural como “La Ruta Libertadora en Boyacá”, y permitirle a los jóvenes comprender y revivir la gesta libertadora que los hizo libres.			Creadores y Autores: Diana Cuervo y Fernanda Lisseth Pachón, bajo la tutoría de la D.G. Marcela Arango. Coproducción: Universidad de Boyacá, la coordinación del grupo de investigación XISQUA.		
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
Documental interactivo. Aplicación para celular *Pasos de Libertad*	Página Web	*2018 - Seleccionado como ganador de la convocatoria Crea Digital del Ministerio Tic y el Ministerio de Cultura de Colombia.	Coproducción: Universidad de Boyacá, la coordinación del grupo de investigación XISQUA.		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
39	Viaje al centro de la lengua	2018	//	//	//
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
//				Coproducción: El viento lab S.A.S	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
//	//	//	Este proyecto recibió la beca CREA DIGITAL 2014 de Mintic y MinCultura (Colombia) en la categoría Transmedia - Crossmedia.		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
40	Champeta en mano	2018	//	//	//
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
//				Coproducción: Hydra Films	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
//	//	//	Este proyecto recibió la beca CREA DIGITAL 2014 de Mintic y MinCultura (Colombia) en la categoría Transmedia - Crossmedia.		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
41	La Piragua: Descubriendo el magdalena	2017	Documental	Memoria	https://lapiragua.com.co/
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>"La Piragua" es un proyecto transmedia educativo que busca reconstruir el mapa emocional del Magdalena; un viaje a través de la memorias de los habitantes para sacar del olvido pequeñas grandes historias no nombradas en libros o medios de comunicación; que sirven para superar la amnesia presente.</p>				<p>Autores: Estudiantes de la Universidad de Magdalena Coproducción: Universidad de Magdalena (grupos de investigación GICA. y ORALOTECA (Grupo de investigación sobre oralidades, narrativas audiovisuales y cultura popular del caribe colombiano)</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
<p>*Documental interactivo. *Apliación para celular: *App-tarraya* *Talleres llamado *Los Remadores* *La serie documental *Las Historias de la Piragua*.</p>	Página Web	*2018 - el premio CREA DIGITAL.	<p>*Tres pasantías Nacionales del Ministerio de Cultura de Colombia para fines de capacitación y aprendizaje de sus investigadores. *Participación en el III Congreso internacional de Mediática y Competencia Digital celebrado 2017 en Segovia- España; Coproducción: Universidad de Magdalena (grupos de investigación GICA. y ORALOTECA (Grupo de investigación sobre oralidades, narrativas audiovisuales y cultura popular del caribe colombiano)</p>		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
42	Spirit Of Gospel	//	Documental	Memoria	//
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>Spirit of Gospel muestra la estrecha relación que existe entre la música y la fe para el pueblo Raizal de San Andrés, Providencia y Santa Catalina. Los coros de música góspel tienen lugar principalmente en las iglesias de religiones protestantes. Esta manifestación cultural llegó por el caribe y fue adoptada por los raizales en el siglo XIX, pasando de generación en generación gracias a la marcada religiosidad de los nativos de las islas.</p>			Productora:		
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
43	GUACA GUANGA, TEJEDORAS DE PASTÁS	2017	Documental	Memoria	Trailer https://www.youtube.com/watch?v=2hdc_kfHE2Cs
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>En el resguardo de Pastás, ubicado al sur occidente de Colombia, un grupo de mujeres mantienen vivo el legado ancestral de la escritura en guanga y la técnica del tejido en amarre. Diseños de infinita belleza, vistosos colores, símbolos y pigmentos naturales del Pueblo Indígena de Los Pastos, han hecho que sus prendas trasciendan fronteras. Estas mujeres son la última generación de tejedoras dentro de la comunidad, mujeres forjadoras de vida y desarrollo a partir del tejido. Guaca Guanga, el poder sagrado del tejido ancestral.</p>			<p>Dirección: Mauricio Telpiz Producción: Maryoli Ceballos Guion: Maryoli Ceballos Dirección de fotografía: Mauricio Telpiz Montaje: William Ceballos Diseño sonoro: Diego Ortega Música: Harold Burbano Reparto: Mujeres tejedoras del pueblo indígena de los Pastos.</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS		ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN	
//	Documental Lineal	*2018 ganador categoría mejor cortometraje en el XIV Festival de cine de Pasto.		*Ganador de los premios ANTV 2017, Colombia documental étnico Autoridad Nacional de Televisión *ANTV, Cabildo Indígena de Pastás Aldana, Colectivo de Comunicación de Pastás Aldana	

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
44	ALMA	2017	Ficción	Memoria	https://www.youtube.com/watch?v=uVEGNUNnZw
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>Alma, una chica transgénero de 15 años acaba de ingresar a un nuevo colegio, se siente sola e insegura. Víctor, un joven de 16 años con quien intercambia miradas en clase la invita a una fiesta, su primera fiesta. Esta invitación hace que Alma enfrente sus más profundos temores y deseos. Este será el primer paso para comenzar a amarse y aceptarse tal como es.</p>			<p>Productora: Madura Films. Director: Santiago León Cuéllar, Alma Betancur y Jeronimo Cardona. Director de Fotografía: Jaime Barrios. Dirección de Arte: Elizabeth Rendón. Diseño Sonoro: Carlos Arcila. Música Original: MAGIO Escrito por: Santiago León C y Michell Lamus B. Dirección de Producción: María Angelica Ossa.</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
//	//	//	*Ganador de los premios ANTV 2017, Colombia documental étnico Autoridad Nacional de Televisión, Categoría 3..		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
45	BOXEADORA	2017	Ficción	//	https://www.youtube.com/watch?v=L_czK8oj5ml
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>IRMA es una joven afro de 18 años que, tras superar los obstáculos y sus propios miedos, se convertirá en Boxeadora. Vive con su madre MARIANELA, una mujer corpulenta dedicada al aseo doméstico de casas ajenas, quien haría cualquier cosa para alejar a su hija de los cuadriláteros, el lugar maldito donde perdió a su esposo.</p> <p>A IRMA la acecha una figura en sus sueños: La sombra de un Boxeador, la sigue, la reta, pero ella no le teme. Es su extinto padre. Se siente atraída por su mundo. IRMA, que aún no lo sabe, nació para lanzar puños y mover los pies rápidamente. Gracias a su futuro maestro, una vieja gloria del boxeo hoy en decadencia. Un descreído que ha perdido toda esperanza, aprenderá que su mayor talento es resistir, repitiendo como un mantra que "el boxeo no es el arte de pegar, es el arte de resistir los golpes sin caer".</p>				<p>Productora: OSSHUN SAS</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN	
//	Documental Lineal			<p>*Ganador de los premios ANTV 2017, Colombia documental étnico Autoridad Nacional de Televisión, categoría 2.</p>	

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
46	Cocineros sobre ruedas	2017	Documental	//	Trailer https://www.youtube.com/watch?v=L_czK8oj5ml
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Dos chefs emprenden un viaje por el suroccidente colombiano aprendiendo la cultura culinaria de varias regiones del país, cultura que en muchos casos la mayoría de personas no sabe de donde proviene, pero resultará interesante investigarlo, descubrirlo y aprenderlo. El entretenido viaje por algunos municipios de Colombia lo hacen los dos cocineros en sus motos clásicas, que llevan equipadas con herramientas de cocina y los elementos necesarios para llegar a los lugares y aplicar lo aprendido cocinando por Colombia.</p> <p>En 6 capítulos de 24 minutos, se conocen de una manera entretenida la preparación y el origen de cerca de 15 diferentes platos de 4 regiones gastronómicas del país mientras dos chefs viajeros aprovechan para también conocer las regiones, costumbres, paisajes y personas que hacen parte de este recorrido.</p>				Productora: FUNDACIÓN PROMOVER	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN	
//	//		//	*Ganador de los premios ANTV 2017, Colombia documental étnico Autoridad Nacional de Televisión, categoría 1.	

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
47	Protegidos	2018	Ficción	//	https://vimeo.com/257147491
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>La muerte de dos personas en diferentes y extrañas circunstancias en el pueblo de Güepsa al sur de Santander, obligan una investigación liderada por el funcionario de la fiscalía Lorenzo Ramos, y el inspector de policía del pueblo. Después de varias indagaciones, algunos testigos afirman que la brujería es la responsable de los hechos trágicos.</p> <p>En medio del escepticismo, Lorenzo, el funcionario de la fiscalía, accede a participar en un ritual de cacería de brujas, sin sospechar que esos rituales y la superstición de los campesinos de la zona, esconden otra gran verdad.</p>				<p>Productora: La banda del carro rojo.</p> <p>Escrita: Ivan D. Gaona. Idea Original: Miguel Antonio Zanguña, Ivan Luna e Ivan D. Gaona</p> <p>Producida por: Ivan D. Gaona & Diana Pérez Mejía ShowRunner: Ivan D. Gaona</p> <p>Directores: Ivan Luna, Diana Pérez, Miguel Antonio Zanguña</p> <p>Dirección de Fotografía: Juan Camilo Paredes Diseño de Producción: Juan David Bernal Diseño de Ambientación : Melissa Villegas Diseño de Vestuario: Catherine Rodríguez</p> <p>Montaje: Andrés Porras Diseño de Color: Jose Espinosa 2-35 Digital</p>	
PRODUCTOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
//	Serie de Televisión		Producida por La banda del carro rojo, Producciones gracias al fondo FonTV2017 de la Autoridad Nacional de la Televisión en Colombia, categoría 4.		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
48	Zhamayama los espíritus de la música	2017	Documental	Memoria	https://www.youtube.com/watch?v=Fu9UNrqe6B0
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Rafael Mojica Gil, director del documental, preocupado por el poco valor que se le da la música propia por causa de la música moderna y las nuevas tecnologías, se dirige a la comunidad a registrar audiovisualmente los procesos de fortalecimientos y enseñanzas tradicionales de la música y las danzas sagradas wiwas. Él es consciente del problemático estilo de vida urbano y la educación no indígena impartida a su hijo en Santa Marta, y está convencido de la importancia de inculcarle los valores y pensamientos de su pueblo.</p>				<p>Productora: Organización Indígena Wiwa Golkushe Tayrona del RKMA. Director: Rafael Mojica Gil. Productor: Saul Gil. Investigador: Jose Gregorio Gil.</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
//		Documental			Producciones gracias al fondo FonTV2017 de la Autoridad Nacional de la Televisión en Colombia.

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
49	La vida es un meme	2018	Ficción	//	https://www.youtube.com/channel/UC_I_RrtLVCJW30II006JXJkw/featured
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Jimmy Pino es un joven desempleado que usa su vida fracasada como inspiración para crear memes en Internet con los que intentará ganarse la vida contra los pronósticos de sus papás, las burlas de sus amigos y la indiferencia de la comunidad virtual.</p>				<p>Productora: FILMAWA SAS Director: Darío Vejarano Taffur Escritor: Fabián Vejarano Taffur</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
<p>Canales de Televisión Colombiana. Canal de Youtube. Pagina web del Canal Trece.</p>		<p>Serie de Televisión.</p>			<p>Producciones gracias al fondo FonTV2017 de la Autoridad Nacional de la Televisión en Colombia. Categoría 2.</p>

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
50	Flow importado, ritmo pegado	2018	Documental	Memoria	https://telemedellin.tv/programas/flow-importado/
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Un espacio que cuenta la historia del reggaetón en Medellín y la influencia que ha tenido en el crecimiento de la industria musical y del entretenimiento local, al punto de hoy referirse a la ciudad como la capital mundial del reggaetón.</p>				<p>Productora: TeleMedellín</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
<p>Canales de Televisión Colombiana. Canal de Youtube, 5 capítulos. Pagina web de TeleMedellín</p>		<p>Pagina web.</p>			<p>Producciones gracias al fondo FonTV2017 de la Autoridad Nacional de la Televisión en Colombia. Categoría 1.</p>

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
51	Burrocrátas	2018	Documental	//	https://www.youtube.com/watch?v=FGEu5mxxh5c&feature=youtu.be
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Dos incompatibles y asociales detectives son obligados a trabajar en equipo para resolver los crímenes que a nadie le interesan y que están destinados a empolvase en el escritorio del fiscal. La insólita eficiencia de los dos detectives al abordar cada caso se convierte en un problemita para una institución decadente, cuyo último interés es que la pongan a cumplir su deber.</p>				<p>Productora: SALABI SAS</p>	
PRODUCTOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
Señal Colombia	//	//	<p>Producciones gracias al fondo FonTV2017 de la Autoridad Nacional de la Televisión en Colombia. Categoría 1.</p>		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
52	¡Ñami y Telembi Viven!	2013	Documental	Memoria	//
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
Es un proyecto itinerante en conmemoración y armonización de los hermanos caídos en el conflicto armado, recordando la masacre del 4 de febrero del 2009, como parte esencial del reconocimiento como víctimas.				Productora: AWÁ TORTUGAÑA	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
Señal Colombia		//		//	Producciones gracias al fondo ForTV2017 de la Autoridad Nacional de la Televisión en Colombia. Categoría 1.

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
53	Caminando con nuestra música ancestral	2017	Documental	Memoria	https://www.youtube.com/watch?v=bAKkPCZLxn0&t=15s
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>La música indígena Awá desde tiempos ancestrales ha sido un eje transversal dentro de los diferentes espacios socioculturales de nuestro pueblo, desde ocupar espacios de armonización en asambleas, mingas y congresos, hasta ser uno de los factores determinantes en la sanación de enfermedades propias de las selvas del territorio inkaAwá.</p> <p>"Caminando con nuestra música ancestral" cuenta la historia de cómo se transmiten los conocimientos ancestrales de generación en generación, siendo la curación de duende la excusa para que el Mayor Horacio (Medico y Músico Tradicional) le enseñe a Érica Bisbicus (niña de la comunidad) – todo lo referente a esta práctica ancestral de la medicina propia Awá, en donde la marimba juega un papel protagónico.</p>				<p>Productora: AWÁ UNIPA Dirección: Sebastián Gabriel Galvis Forero. Producción: Luis Gabriel Dorado Misnaza</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
Señal Colombia		//		//	FonTV2017 de la Autoridad Nacional de la Televisión en Colombia. Categoría 1.

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
54	Aires de mis ancestros	2017	Documental	Memoria	<u>TRAILER</u> https://www.youtube.com/watch?v=PloaANEy3mw
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Dominguillo es uno de los epicentros del patrimonio musical del norte del Cauca. De allí son los Lasso Caracas, una familia de músicos que desde hace más de 20 años con su ancestral conjunto de violines, alegran las principales festividades. Anclados a sus raíces, Walter Lasso y su esposa Ana Lucía Caracas, junto a sus hijos y nietos, se han propuesto recuperar las composiciones que entonaban sus ancestros y revelar porque los conjuntos de violines son una de las joyas de las principales fiestas del suroccidente colombiano.</p>				<p>Productora: Fundación Aforcolombiana tambor y caña.</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
//	//	//	<p>Producciones gracias al fondo FonTV2017 - II Semestre de la Autoridad Nacional de la Televisión en Colombia. Categoría 2.</p>		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
55	Alma y Sonido uno serán	2017	Documental	Memoria	http://almaysonidounoseran.com/ https://soundcloud.com/alma-y-sonido/sets/alma-y-sonido-uno-seran
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
Desde el testimonio de vida y flauta del músico y lutier CENEN OMEN, descubriremos la estrecha relación entre la música de chirimía caucana y las celebraciones religiosas conocidas como Alumbranzas, en el resguardo Yanakona de Caquiona, Almaguer. Cauca.				Organización: UN DOCUMENTAL DEL CABILDO INDÍGENA CAQUIONA. Producción: Fredy Papamija Dirección General: Marco Paredes Manzano. Guión: Álex Andrés López Guevara. Música: Cenen Omen. Dirección De Fotografía: Juan Ignacio Muñoz. Asistente De Fotografía: José Julián Quintero M. Microfonista: Horacio Carabali. Detrás de Cámara y Fotofija: Andrés Felipe Dorado. Edición: Terry Valencia. Post de Audio: Julian López Lame. Diseño Gráfico: Oscar Chávarro Vargas.	
PRODUCTOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
DVD (Making of, Fotografías, Soundtrack) Pagina de SoundCloud, música del documental.	Pagina Web Redes Sociales con contenido extra.	//	Producciones gracias al fondo FonTV2017 - II semestre de la Autoridad Nacional de la Televisión en Colombia. Categoría 2.		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
56	Drums	2017	Documental	//	//
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>"DRUMS" muestra la estrecha relación que existe entre la música y el pueblo Raizal de San Andrés, Providencia y Santa Catalina; Se trata de las bandas marciales (bandas de paz) formadas por jóvenes de las diferentes instituciones educativas de La Isla, que aprovechan la celebración de fiestas patrias y departamentales para salir a demostrar su talento musical; acogiendo la práctica de las bandas marciales y poniéndole su toque caribeño, convirtiéndose en toda una fiesta para el pueblo raizal.</p>				<p>Productora: ORFA</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
//	//	//	Producciones gracias al fondo FonTV2017 - II Semestre, de la Autoridad Nacional de la Televisión en Colombia. Categoría 1.		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
57	Fruit From Raizal	2017	Documental	//	//
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>FruitsFromThe Raizal Land (Frutos de la Tierra Raizal), es un documental realizado por jóvenes Raizales del Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, que busca documentar y visibilizar la riqueza del universo social que gira en torno de la cocina tradicional del pueblo raizal, y en particular del Rundown, un plato típico de los pueblos afrodescendientes del Caribe anglófono, el cual consiste en un particular guiso en leche de coco que contiene los frutos del mar y de la tierra.</p>				<p>Productora: Raizal Youth Orzanization</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN	
//	//		//	<p>Producciones gracias al fondo FonTV2017 - II Semestre, de la Autoridad Nacional de la Televisión en Colombia. Categoría 1.</p>	

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
58	Kamashik el camino del bastón	2017	Documental	//	//
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Jose Cervelion Micanquer autoridad del resguardo indígena de Muellamues del pueblo de los Pastos, cuenta que las autoridades indígenas de Muellamues, reconocen en el bastón, el llamado espiritual del territorio, la responsabilidad de ordenar el territorio desde la autoridad, y el aprendizaje que esta tiene desde el manejo espiritual del bastón de mando.</p> <p>Nace entonces el encuentro de las autoridades Pastos, quienes buscan escuchar en la palabra de sus mayores, y sus médicos espirituales, cual es el horizonte de los procesos territoriales que viven. Escuchar el espíritu de las montañas y lagunas que se guardan en los bastones de mando es el propósito de las autoridades para con ello orientar y ver lo que traen las políticas actuales que afectan su territorio y con ello su vida.</p>				<p>Productora: Cabildo Indigena Quillasinga el refugio del sol. Investigación y Dirección: Fernando Guerrero F Producción: Resguardo indígena Quillasinga "refugio del Sol" Kunturi Films (Lizeth Rodrigues - Diana Moreno Pablo Trejo)</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
//		//		//	Producciones gracias al fondo FonTV2017 - II Semestre, de la Autoridad Nacional de la Televisión en Colombia. Categoría 1.

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE	
59	El buen verdugo	2017	Ficción	Memoria	TRAILER: https://www.youtube.com/watch?v=uQemZnsmfvw	Tercer Capitulo: https://www.youtube.com/watch?v=UpPNVN-oh7w
SINOPSIS				FICHA TECNICA		
<p>Jose Cervelion Micanquer autoridad del resguardo indígena de Muellamues del pueblo de los Pastos, cuenta que las autoridades indígenas de Muellamues, reconocen en el bastón, el llamado espiritual del territorio, la responsabilidad de ordenar el territorio desde la autoridad, y el aprendizaje que esta tiene desde el manejo espiritual del bastón de mando.</p> <p>Nace entonces el encuentro de las autoridades Pastos, quienes buscan escuchar en la palabra de sus mayores, y sus médicos espirituales, cual es el horizonte de los procesos territoriales que viven. Escuchar el espíritu de las montañas y lagunas que se guardan en los bastones de mando es el propósito de las autoridades para con ello orientar y ver lo que traen las políticas actuales que afectan su territorio y con ello su vida.</p>				<p>Director: Ivan Alberto Wild Ramirez. Guionista: Andrés Salgado. Productora General: Maria del Pilar Jimenez. Dirección de Fotografía: Juan Camilo Olmos Feris. Dirección de Arte: Daniela Henao. Montajista: Juan David Alfaro. Música Original: Jhoy Suarez y Virgilio Rodriguez.</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN			
Transmitida en diferentes principales canales regionales del país.	Pagina de Youtube.	//	*Coproducción: Por la Universidad del Magdalena. *Producciones gracias al fondo FonTV2017 - II Semestre, de la Autoridad Nacional de la Televisión en Colombia. Categoría I. *Apoyo de la Alcaldía Distrital de Santa Marta (Fondo distrital para la cultura y las Artes-FODCA)			

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
60	Mosquera: Historia, poder y demencia.	2018	Ficción	Memoria	www.miniscriemosquera.com https://www.youtube.com/channel/UCZ-ksyqCFxznm1IDsOizhP8w
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
Mosquera: historia, poder y demencia se titula la mini serie donde se relata la vida del General Tomás Cipriano de Mosquera.				Organización: Fundación Emtel. Dirección: Marco Paredes Mazano. Guionista: Carlos Muñoz Bermeo.	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
Canal de Youtube.	Pagina Web (Link no activo)	//	*Apoyo de la Alcaldía de Popayan. *Apoyo de la Gobernación de Cauca. *Apoyo de la Universidad de Cauca. *Una producción del canal 29 FETV de Popayán y la ANTV-2018, categoria 2		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
61	Anku Tupue ofrenda a los muertos.	2018	Ficción	Memoria	Trailer: https://www.youtube.com/watch?v=H6z0tzeC8d4
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
Desde el Resguardo de Pastás Aldana, territorio ubicado al sur de Nariño en la línea fronteriza con Ecuador, se trabaja en el fortalecimiento de la comunicación indígena por medio de las actividades que adelanta el colectivo de comunicación bajo la personería jurídica de Punto Étnico,				Organización: Cabildo Indígena de Yaramal. Dirección: Maryoli Ceballos Vivas. Producción General: Cabildo Indígena de Yaramal. Investigador: Juan Atis. Directo de Fotografía: Mauricio Telpiz. Sonidista: Arturo Cultyd. Edición: Maryoli Cebellos. Música Original: Harold Burbano.	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
//		//		//	*Apoyo con la convocatoria FONTV que abrió la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) en 2018, Categoría 2.

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
62	Casilda, grito de libertad	2018	Ficción	Memoria	Trailer: https://www.youtube.com/watch?v=ZRR6jNlpRIU
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>El grito de libertad de Casilda Cundumi Dembele aun se escucha por el camino que recorrió desde su esclavización en África en 1830 hasta llega a las plantaciones de caña de azúcar en el valle del Cauca, allí se gesta su historia libertaria, creando los primeros palenques de hombres negros libres y dejando su huella de africanía es este territorio del pacifico colombiano.</p>				<p>Organización: Cabildo Indigena de Yaramal. Dirección: Derby Arboleda. Dirección de Forografía: Javier Garcia.</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
//	//	//	*Producida por ANTV, FUNCOPACOL TELEAFRO Y TERCIOPELONEGRO.		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
63	YA'AH (Jigra Nasa)	2018	Ficción	//	Trailer: https://www.youtube.com/watch?v=ZRR6jNlpRIU
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Ella se encuentra en un momento de su vida en el que se ésta preguntando por su futuro, qué hacer con su vida. Pero solo hasta que su madre la regaña por dejar caer una Ya'ja (Jigra Nasa) al suelo de la cocina, se pregunta por su pasado, sus ancestros, su cultura y su cosmovisión. Sólo en ese momento comprende que se ha pasado la vida obviando los detalles que le dan sentido a la existencia y nos forman como seres únicos y complejos.</p> <p>Es por ello que inicia un recorrido por su territorio para reunirse con diferentes personas de la comunidad como lo son el mayor José Reinel, su amigo Arlex Pilcué y la Mayora tejedora Hilaria, con el fin de buscar respuestas a las inquietudes, preocupaciones y vacíos que ella tiene sobre su esencia como ser indígena Nasa.</p>				<p>Organización: Nasa Kiwe Tek Ksxam Realización: NasáLuex Comunicaciones</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
//		//		//	*Con el Apoyo de la Autoridad Nacional de Televisión - ANTV, 2018, categoría 2.

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
64	Achka Miskikuna. Saberes y sabores	2018	Documental	//	//
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
//				Organización: INGA SAN ANDRES	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
//		//		//	*Con el Apoyo de la Autoridad Nacional de Televisión - ANTV, 2018, categoría 2.

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
65	Tugta, pinta de pensamiento	2018	Documental	//	//
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
//				Organización: Shaquiñan Director: Fernando Shihab Guerrero Producción: Asociación de cabildos y/o autoridades indígenas del nudo de los Pastos Shaquiñan	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
//		//		//	*Con el Apoyo de la Autoridad Nacional de Televisión - ANTV, 2018, categoría 2.

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
66	La comida en la historia del pueblo negro	2018	Documental	//	//
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
//				Organización: Yambambó	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
//		//		//	*Con el Apoyo de la Autoridad Nacional de Televisión - ANTV, 2018, categoría 2.

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
67	En busca de "El árbol grande"	2018	Documental	//	//
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
//				Organización: AWA DE TORTUGAÑA TELEMBÍ Y AWA DE TRONQUERIA	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
//		//		//	*Con el Apoyo de la Autoridad Nacional de Televisión - ANTV, 2018, categoría 2.

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
68	Katsa + Nkaltain + Kailmtu (Regreso a mi territorio)	2018	Documental	//	//
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
//				Organización: AWA DE TORTUGAÑA TELEMBÍ Y AWA DE TRONQUERIA	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
//		//		//	*Con el Apoyo de la Autoridad Nacional de Televisión - ANTV, 2018, categoría 2.

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
69	El viaje de Aluna	2018	Documental	//	//
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
//				Organización: TOGETHER S.A.S.	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
//		//		//	*Con el Apoyo de la Autoridad Nacional de Televisión - ANTV, 2018, Grupo 3, categoría 1.

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
70	Generación Tech	2018	Documental	//	//
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
//				Organización: FILMAWA Y ASUNTOS PUBLICITARIOS CREATIVOS	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
//	//	//	*Con el Apoyo de la Autoridad Nacional de Televisión - ANTV, 2018, Grupo 3, categoría 3.		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
71	Dios te salve, María	2018	Ficción	//	//
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
//			Productora: Colombiana de Televisión S.A.S		
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
//	//	//	*Con el Apoyo de la Autoridad Nacional de Televisión - ANTV, 2018, Grupo 3, categoría 3.		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
72	A la luz de mi oscuridad Fransica Josefa del Castillo.	2018	//	//	//
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
//				Productora: Yuma Video Cine	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
//		//		//	*Con el Apoyo de la Autoridad Nacional de Televisión - ANTV, 2018, Grupo 3, categoría 4.

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
73	Dios Al Amigo	2018	Ficción	//	//
SINOPSIS				FICHA TÉCNICA	
//				Productora: LA CONTRABANDA S.A.S Director: Ivan Gaona.	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
//	//	//	*Con el Apoyo de la Autoridad Nacional de Televisión - ANTV, 2018, Grupo 3, categoría 4.		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
74	Travesía Urbana 1: Colores y Ritmos.	2012	//	//	//
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
//				Productora: Iguaque Lab Representante legal: Andrés Correa.	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
//		//		//	Proyecto realizado gracias al apoyo del IDARTES, por medio de concurso de creación, circulación y apropiación de contenidos audiovisuales a través de las nuevas tecnología y red de información, 2012

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
75	Nunca decir nunca	2013	Documental	//	www.nuncadecirnunca.com
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Le pedí a Marcia Cabrera que hiciera el papel de una mujer de la cual no sabía mucho, excepto que compraría un café en una de las cafeterías de Lourdes y que insistiría en llevarlo al lugar al que se dirigía (también desconocido para mí) intacto, completo, entero, sin haber derramado una sola gota. Después de salir de la cafetería tendría que improvisar el recorrido y la acción de forma tal que derramara un poco del contenido o se deshiciera de él por completo, obligándola a volver a la misma cafetería para repetir la acción una y otra vez, hasta que los empleados de la cafetería dejaran de vendérselo.</p>				<p>Acción: Marcia Cabrera. Cámaras: Facundo Hidalgo, Laura Pérez, Andrés Martínez, Diego Corso, Ana María Montenegro. Asistencia de cámara: Danilo Volpato, Santiago Gamba, Mariana Murcia. Montaje: Facundo Hidalgo, Ana María Montenegro. Web: Jorge Parada.</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
//	Página Web	//	Proyecto realizado gracias al apoyo del IDARTES, por medio de la Beca de creación y circulación de contenidos audiovisuales a través de las nuevas tecnologías y redes de la información, 2013.		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
76	En Búsqueda	2014	Ficción	//	<p>Página del proyecto: http://www.enbusquedabogota.cc/ http://www.enbusqueda.cc/</p> <p>Narrativa del proyecto: https://www.mutantelab.com/enbusquedanarrative</p>
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>En Búsqueda Bogotá es un proyecto transmedia interactivos que toma las calles de la ciudad para contar la historia de una multinacional de bioseguridad colombiano llamada Vitreo, una gran empresa que se esconde tras su fachada, la banda de cibercrimen más grande del país que Raúl es obligada a traicionar, dejando a su amigo Alex en grandes problemas. En Búsqueda es una comunidad activista que promueve tecnologías abiertas y el desarrollo tecnológico sostenible; para ellos, los métodos utilizados por estas empresas y el control social tienen como objetivo no se puede permitir.</p> <p>La interacción se da de una web móvil que inicialmente contiene un E-Book que guiará a los participantes en un recorrido por la ciudad para encontrar diferentes pistas y continuar el desarrollo de la historia. La ciudad se convierte en el escenario perfecto para un universo futurista cyberpunk que dentro de sus muros tiene un mundo de alta tecnología que sólo unos pocos pueden alcanzar.//</p>				<p>Productora: Mutante.Lab Dirección General: Natalia Rivera Producción General: Margarita González - Natalia Rivera Producción Audiovisual: Juan Diego Rivera - Margarita González Dirección Audiovisual: Natalia Rivera - Pedro Mendoza Directora de Arte: Carol Peña Ilustrador: Diego Zhaken Escritor: Nelson Gasca Motion Graphics: Christian López Diseño Sonoro: Juan Felipe Fernandez Proyecto apoyado por: Punto.Lab</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS		ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN	
//	Web móvil con un e-book interactivo.	//		Proyecto realizado gracias al apoyo del IDARTES, por medio de la Beca Cinemateca de Creación de Narrativas Audiovisuales Transmedia, 2014	

FICHA Nº	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
77	Red Pandora	2015	Ficción.	//	https://www.facebook.com/Todosporl.aura
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Ya ha pasado una semana desde que Laura desapareció. Mensajes de apoyo en Facebook inundan su muro sin respuestas. De repente, un video extraño postado desde su perfil revive las hipótesis sobre su paradero. Su novio y sus amigos buscan pistas para determinar si una página anónima que Laura había visitado, es la causa de su desaparición.</p>				<p>Productora: Cinegrafic. Director: Fabian Bonilla. Productor General: Felipe Villamil. Director de Contenidos: Camilo Galvis Dir. Estrategia Digital: Frank García.</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
App Facebook Blog		Red Social, Facebook.		//	Proyecto realizado gracias al apoyo del IDARTES, por medio de la Beca Cinemateca de Creación de vídeo y tecnologías aplicadas, 2015

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
78	Atrapado en el pasado "19.48"	2016	Docuficción - Videojuego	Memoria	Trailer: https://vimeo.com/21658585 <u>5</u>
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
Un videojuego basado en los hechos que sucedieron en el "Bogotazo"				Productora: Wekantu Studios. Fundador y Director: Sergio Nova	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
	App movil *inactiva*	//	Proyecto realizado gracias al apoyo del IDARTES, por medio de la Beca Cinemateca de Creación audiovisual con nuevos medios, 2016.		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
79	Crónica de una ciudad que fue	2017	Documental	Memoria	https://cronicadeunaciudadquefue.com/
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>Una experiencia en realidad virtual por varias de las calles más emblemáticas del centro de Bogotá, contada a través de siete historias de uno de los pioneros de la crónica roja en Colombia, José Joaquín Jiménez "Ximénez". Un viaje por una ciudad que fue y que ya nunca volverá a ser.</p>			<p>Director: Jorge Caballero. Diseño y Programación: Taller Estampa. Producción Ejecutiva: Rosa Mercedes Ramos. Diseño de Experiencia: Jorge Caballero y Anna Giralt. Investigación: Adriana Bernal y Rosa M. Ramos</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN	
//		Pagina Web.	//	<p>*Programa Distrital de Estímulos 2017 Cinemateca Distrital – Gerencia de Artes Audiovisuales. *Proyecto realizado gracias al apoyo del IDARTES, por medio de la Beca de Creación audiovisual con nuevos medios, 2017.</p>	

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
80	Las extraordinarias e inverosímiles aventuras de Biófilo Panclasta	2017	//	//	//
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
//				Productora: MutanLab. Realizadores: Juan Diego Rivera y Natalia Rivera.	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
//	Pagina Web	//	Proyecto realizado gracias al apoyo del IDARTES, por medio de la Beca de Creación audiovisual con nuevos medios, 2016.		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
81	#Yosoydiverso	2018	Documental	Diversidad	https://yosoydiverso.wixsite.com/yosoydiverso
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>#Yosoydiverso es una estrategia de comunicación transmedia, la cual surge a partir de un proceso de investigación de la maestría en Transmedia, en el que intervinieron actores sociales de la comunidad académica de las artes y el diseño en la ciudad de Bucaramanga-Colombia.</p> <p>La estrategia busca visibilizar el pluralismo cultural que se encuentra en estas personas, a partir de situaciones de discriminación identificadas en el proceso de investigación, como resultado, los participantes asumieron el rol de prosumidores (consumidores-productores) en el entorno transmedia y mediante sus aportes contribuyeron al diseño de los contenidos que hacen parte de toda la estrategia.</p>			<p style="text-align: center;">Diseñador Transmedia: Norberto Diaz</p> <p>Equipo técnico: Laura Murcia, Giovanni Castillo, Maria Teresa Rojas, Silvia Delgado, María Alejandra Niño, Sergio Pieón, Juan Camilo Torres, Daniel Gonzalez, Nathaly Chinchilla, Daniela Barajas, Silvia Rodríguez, Edward Gutiérrez, Laura Ortíz, Iván León, Lorena López, Dumar Sánchez, Alejandra Leal, Miguel Gómez, y Héctor Pérez</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
Podcast, Documental, cápsulas realidad aumentada, ebook, serie fotográfica		Pagina Web		//	Proyecto realizado como resultado del proceso académico de la Maestría en Transmedia de la UMB

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
82	Crealab	2018	laboratorio de creación artística	Artes	https://ndiaz767.wixsite.com/crealabudi
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>Este laboratorio surge como una oportunidad para dar a conocer las diferentes expresiones artísticas y culturales de la ciudad de Bucaramanga a través de la mirada de estudiantes de Diseño Gráfico, Comunicación social, Publicidad y Marketing digital de la Universidad de Investigación y desarrollo dentro del curso Introducción a la producción audiovisual, el cual se desarrolla de manera transversal a los 3 programas académicos.</p> <p>La propuesta del proyecto se centra en mostrar a Bucaramanga a través del arte, teniendo en cuenta los espacios, personas, imaginarios y las tradiciones que se narran por medio de fotografías, podcast, video documental y crónicas escritas realizadas por los estudiantes.</p> <p>Contenidos culturales Las bellas artes que hacen parte del proyecto son: pintura, escultura, teatro, danza, cine, música, arquitectura y grabado</p>			<p>Diseñador Transmedia: Norberto Diaz</p> <p>Equipo técnico:</p> <p>Lucía Sarmiento, Alejandra Zuhiga Andrés Jaimes Angela Muñoz Camila castellanos William Bustamante Jhon garcia Camilo Suarez Joan Pava Daniel Navarrete César Muñoz Jorge Porras Andrés Merchán Anderson Hernandez Daniela Lizcano Edinson Forero Vanesa Sanabria Ricardo Parra Rangel Paola Zapata Jeffier Rosado Daniel Velásquez</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
Podcast, fotografía, entrevistas, crónicas escritas	Página Web	//	Proyecto realizado como resultado del proceso académico del curso Introducción a la producción audiovisual de la Universidad de Investigación y Desarrollo		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
83	Cuásar	2017	Experimental	Inclusión	https://www.cuasaraudiovisual.com/cuasar/
SINOPSIS			FICHA TECNICA		
<p>Cuásar es una experiencia donde nuestros sentidos se expanden y todos los elementos vibran, generando conciencia de nuestro entorno. En este viaje sensorial el espectador acompaña a Aura, una chica invidente que se encuentra atrapada en sus carencias sensoriales. Un encuentro caótico con su conciencia genera el despertar de sus sentidos, mediante la conexión con los elementos naturales y los siete chakras, centros energéticos del ser; para estar en armonía con el universo.</p>			<p>Dirección: Miguel Ángel Correa Producción: Natali Guilombo / Juan José Velásquez</p> <p>Dirección de fotografía: Juan Pablo Castro y Miguel Ángel Correa</p> <p>Dirección de arte e ilustración: Luis Eduardo Montoya</p> <p>Dirección de sonido: David Esecallón</p> <p>Asistente de dirección: Andrés Palacio</p> <p>Asistente de fotografía: Andrés Carmona</p> <p>Asistente de arte: Alexandra Ramirez</p> <p>Script, composiciones digitales y animación: Alejandro Marulanda</p> <p>Making off: Nicolás Mejía</p> <p>Drone operator: Leonardo Gaitán</p>		
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
<p>Full domo 4k Audio descripción Cine digital 2k</p>	<p>Página Web.</p>	<p>2do puesto Mediamorfosis Medellín 2018. Invitado a participar en el evento Mediamorfosis México 2019. Selección Conversaciones "17 Festival Internacional de la Imagen Manizales 2018". Laboratorio FICBAQ "6to Festival Internacional de cine de Barranquilla 2018".</p>			

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
84	La Esmeralda ladrillos de otro tiempo	2017	Documental	Memoria	https://www.cuasaraudiovisual.com/la-esmeralda/
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Entre las calles y paredes a punto de derrumbarse de un barrio llamado La Esmeralda, están las huellas del pasado que dejaron sus habitantes, esas que conviven con la memoria en el presente de aquellos que nunca dejaron el barrio viviendo entre la incertidumbre y las ansias de futuro.</p>				<p>Dirección: Juan José Velásquez</p> <p>Producción: Natali Guilombo</p> <p>Dirección de fotografía: Miguel Ángel Correa</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
<p>Pantalla convencional Intervención sonora Video instalación</p>	<p>Página Web.</p>	<p>Selección Conversaciones "17 Festival Internacional de la Imagen Manizales 2018". Laboratorio FICBAQ "6to Festival Internacional de cine de Barranquilla 2018".</p>			

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
85	Fih Wih	2017	Documental	Identidad, memoria	http://www.cafit.edu.co/medialab/lineas-accion/Paginas/Fih-Wih.aspx
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Proyecto transmedia que muestra las situaciones a las que se enfrentan las islas en Colombia. La historia, creada colectivamente desde la comunidad, utiliza medios digitales y analógicos para facilitar la interacción del público. Las historias de Fih Wih se conectan a través de un juego, producto que cumple la función de obra seminal y obra núcleo para posteriormente ampliarse a través de una serie web animada, un blog y un cómic.</p> <p>La interacción del público con la historia es clave para la comprensión y apropiación de Fih Wih. Estas se conectan a través del juego, producto que cumple la función de obra seminal y obra núcleo, en el cual se hace una breve descripción de los personajes, para posteriormente ampliarse a través de los demás productos que componen el proyecto.</p>				<p>Carolina Ospina Foronda, Paula Andrea Colorado Chávez, Natalia Eugenia Palacio Vásquez, Ana María Toro Aguirre, Jennifer Amanda Duitama Martínez, Diana Patricia Giraldo Giraldo.</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
Serie web animada, juego, comic y blog.	Pagina Web.	Primer puesto Mediamorfosis Medellín 2018.			

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
86	Cacique candela		ficción	Diversidad	http://www.eafit.edu.co/medialab/lineas-accion/Paginas/Cacique-Candela.aspx
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Iniciativa transmedia que busca crear conciencia acerca de la diversidad de género al interior de los colegios de Medellín a través de la creación de una heroína llamada Cacique Candela. El proyecto se presenta como trabajo de grado de la maestría en Comunicación Transmedia de la Universidad EAFIT.</p> <p>Para lograr este proyecto, se crea una heroína transgenerista llamada Cacique Candela que da vida a un universo narrativo que se despliega tanto en plataformas análogas como digitales con diversos contenidos de interés para los usuarios. Este proyecto también presenta una propuesta gráfica de la heroína, así como la arquitectura de la marca, arquetipos de usuarios y su experiencia como usuarios a través de un Journey Map.</p>				<p>Alexy Carolina Triana Rodríguez - Carlos Julio Álvarez Restrepo – Nora Cristina Cardona Zuluaga.</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
Comic) y Página Web		Pagina Web.			

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
87	Ciencia de lo cotidiano		Documental	Ciencia	https://projects.invisionapp.com/share/RS98QD2H7#/screens/203303658
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
Estrategia transmedia de características divulgativas y de apropiación social de la ciencia que busca posicionar la Universidad EAFIT como una institución de educación superior de tercera generación, es decir, que le transfiere a la sociedad su producción científica y académica.				Cesár Augusto Franco Restrepo – Juan Carlos Luján Sáenz.	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
Serie web, juego.		Pagina Web.			

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
88	#Noescomolapintan		Documental		https://intybuevas.wixsite.com/noescomo
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
Proyecto de comunicación transmedia que busca aumentar el interés hacia la historia antioqueña a través de relatos no oficiales contados por los habitantes de la vereda La Loma del corregimiento de San Cristóbal de Medellín. El universo transmedia del proyecto gira en torno a cinco historias principales que se expanden para revelar el universo narrativo del lugar.				Paula Andrea Sánchez, Inty Bachúe Buevas Díaz, Laura Vallejo Uribe, Daniela Navarro, Sara Leyva, Ricardo Torres.	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
Grafitis, música y sitio Web		Pagina Web.			

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
89	Jardín de visión	2017	Documental	Memoria, biología	https://4direcciones.tv/jardin-de-vision/
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>"Jardín de Visión", una serie documental cinematográfica interactiva en Realidad Virtual (VR), un viaje de inmersión hacia destinos remotos de América y de la conciencia humana que llega al corazón de los rituales indígenas con plantas sagradas. Cada episodio es una exploración etnográfica y espiritual de los fascinantes orígenes culturales de algunas plantas controvertidas y sus raíces en las antiguas culturas indígenas. La realidad virtual es el medio perfecto para transportar íntimamente a los usuarios y ampliar sus percepciones del uso medicinal y ritual de la coca, el tabaco, el peyote y la ayahuasca en sus territorios de origen.</p>				Realización: Diana Rico y Richard Décaillet. Producción 4 direcciones y Deep Inc.	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
Serie documental, Realidad virtual VR y sitio Web		Experiencia inmersiva		75 Festival de cine de Venecia 2018, FICCI 2019 y reconocimientos como la mejor experiencia de Realidad Virtual del BAM 2019.	New Media Colombia - Canadá 2017

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
90	Collab	2017	Experimental	Prácticas artísticas	http://www.collabvproject.com/
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
Plataforma de colaboración para artistas en realidad virtual que se centra el intercambio artístico de mujeres indígenas de Canadá y Colombia. Laboratorio de arte.				Realización: Marcela Lizacano y Lorraine Price. Producción: Vicerversa Cine	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
Realidad virtual VR y sitio Web		Experiencia inmersiva		Festival de Cannes 2018 sección NEXT del Marche du Film.	New Media Colombia – Canadá 2017

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
91	Secuestrado	2017	Ficción	Violencia	http://www.promagencolombia.com/secciones/cine_colombiano/peliculas_colombianas/pelicula_plantilla.php?id_pelicula=2114
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Rodado en Cinematic VR, "Secuestrado" es un experiencia inmersiva interactiva 360 / 3D que transportará al espectador al inquietante mundo de secuestro, convirtiéndolo en una víctima de secuestro. Esta experiencia recrea el mundo de una persona que, después de ser secuestrada por un grupo insurgente, está cautivo en las junglas de Colombia y está amarrada junto a otra víctima que ha sido encadenada por el cuello a un árbol durante 11 años.</p>				Realización: Mauricio Vélez. Producción: Explora films y Signal space lab.	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
Realidad virtual VR y sitio Web	Experiencia inmersiva interactiva 3D	<p>Nominación 50 Quincena de Realizadores Festival de Cannes, Francia, 2018. Nominación Guanajuato Film Festival 2019, sección realidad virtual.</p>	New Media Colombia -- Canadá 2017		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
92	El cóndor	2017	Animación	Aventura, fantasía	http://www.signos.com.co/producciones.html
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
Es la historia de un gracioso cóndor colombiano perdido en un bosque canadiense. Serie de TV animada en 3 D para niños.				Realización: José Arcos. Producción: Signos studio y Saturn Animation studios Inc.	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
Web serie animada en 3D, ebook, experiencia Realidad virtual VR.	Animación 3D		New Media Colombia – Canadá 2017		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
93	El beat VR	2017	Experimental	Identidad, memoria, traición musical	http://elbeatvr.com/ , http://alterlab.io/#proyectos
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>EL BEAT es una experiencia musical inmersiva que revela al espectador un pasado de rebelión y resistencia oculto en la selva. Siguiendo la búsqueda de Jacobo Vélez, un músico colombiano que desea encontrar sus raíces e identidad, conoceremos al maestro palenquero Rafael Cassiani y la historia de Benkos Biohó, el esclavo africano que huyó para fundar San Basilio de Palenque, el primer pueblo libre de América.</p> <p>EL BEAT comienza tan pronto como los usuarios entran al espacio de exhibición. Allí, se encontrarán en una fantasía tropical que combina proyecciones con diseño de iluminación LED. Una serie de instrumentos musicales, también protagonistas de la experiencia, se encontrarán en el espacio. Sensores al interior de estos instrumentos detonarán efectos visuales y sonoros que le darán vida al escenario.</p>				<p>Directora creativa: Irene Lema. Director técnico: Sergio Bromberg. Productoy diseño de sonido: Rafael Ospino. Dirección de arte: Valeria Lombo. Carolina Fernández: Investigadora.</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
Realidad virtual		Instalación entorno virtual tridimensional, experiencia inmersiva insitu.		<p>Beca de Sundance New Frontier Talent Forum 2019</p> <p>Premio Crea Digital para coproducción de contenido transmedia</p>	<p>New Media Colombia 2017. Premio Crea Digital para coproducción de contenido transmed. Ojo depez digital y Alterlab.</p>

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
94	Aprende con mucho trópico	2017	Documental	Política, corrupción.	https://www.youtube.com/watch?v=QFZ16lmVrUE
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
Serie de tutoriales para ser felices como los políticos.				Dirección y guion. Andrés Carvajal. Producción: carolina Montes, María Cristina Torres. Realización Arturo Ramírez. Fotografía: Nicolás Forero. Arte: Francisco Arbelaz. Guoqui Toqui	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
Serie	Página web		New Media Colombia 2017. Ojo digital y Alterlab.		

FICHA Nº	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
95	My awesome pet zombie	2017	Animación	Fantasia, aventuras	https://labtoon.co/portfolio/my-awesome-pet-zombie/
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>MANNY es un niño alérgico a casi todo lo que se mueva, a menos que sea humano. Su vida cambia cuando se muda a Kahuna Rock, una isla de plástico anti alérgica y libre de gérmenes. Allí conoce a su mejor amiga, AVRIL, una niña de espíritu aventurero y con habilidades de psicóloga pero de animales. Sin embargo, el cambio más drástico llega a Manny en forma de cuatro patas cuando descubre a CUZ, un perro torpe, energético y perfectamente antialérgico debido a su condición de mascota zombie.</p> <p>La llegada de CUZ a la isla se vuelve la mayor amenaza para el gobernador HARPER, quien ha trabajado toda su vida por mantener a KAHUNA libre de gérmenes y de cualquier ser vivo no humanoide.</p>				<p>Dirección creativa: Andrés Cajigas. Producción: Mónica Ortiz. Diseño de personajes: David Castaño. Textura y modelado: Valentina Irurita. Labtoon SAS</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
Serie, juego, aplicación móvil realidad aumentada.		Realidad aumenada			New Media Colombia 2017. Labtoon.

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
96	Talón	Sin determinar	Ficción	Policíaco	http://www.proyectil.net/transmedia-comerciales/
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Talón es una serie transmedia de género drama policíaco producida por nosotros para la telefonía Claro en Colombia y algunos países de Sur América. Cuenta la historia de Hans, un hombre de familia a quien un drogadicto le asesina a su pequeña hija y es contactado por Carriazo, un detective de la policía, que le ofrece encontrarle al asesino para que pueda cobrar venganza por sus propias manos.</p>				Dirección: Felipe Martínez. Producción: proyectil	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
Serie ficción		Página web			

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
97	Yo te llevo a Brasil	Sin determinar	Ficción	Comedia	http://www.proyectil.net/portfolio_page/yo-te-llevo-a-brasil/
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Juancho y Tyson son dos amigos, apasionados del fútbol, que trabajan en una oficina como otra cualquiera. Cuando Colombia se clasifica para el mundial de fútbol, hacen una promesa: ir juntos a verlo en Brasil. Lo que ninguno sabe, es que ambos quieren en realidad ir con Laura, la secretaria de Don Justo, el jefe de la oficina, que es además su amante. El lfo amoroso está servido.</p> <p>Tras pensar extrañas formas para conseguir el dinero que necesitan, la solución llega cuando resuelven el problema de insomnio del Ardilla, el mejor trabajador de la oficina, que llevaba semanas sin dormir por culpa de su vecino mafioso. Los chicos entienden que podrán ganar dinero rápidamente "haciendo lo que nadie quiere hacer" y crean una empresa que se encargará de eso mismo.</p>				<p>Creada por: Salvador del Solar y Felipe Martínez Amador. Escritores: Felipe Martínez Amador y Jorge de Dios. Director: Juan Felipe Orozco Productores: Felipe Martínez Amador y Ruben Vargas. Proyectil.</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
Serie ficción		Página web			

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
98	El rastro de la mariposa	2017	Animación	Fantasia, aventuras	https://www.hierro.tv/el-rastro-de-la-mariposa
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Es una historia interactiva que comienza con Esmeralda Cárdenas Ortega, ECO, una bióloga de 21 años que, cuando disfruta de una fiesta de despedida en 2017 en Bogotá, descubre una mariposa exótica. En un mundo paralelo, durante la misma noche pero en 1834 en Montreal, Émilien, un esclavo de 19 años, huye de los colonos franceses que intentan lincharlo. Se arroja al río San Lorenzo, mientras que ECO en 2017, cae en las aguas del río San Francisco llamado "Eje Ambiental", ambos jóvenes ahora cruzan el tiempo y el espacio, intercambiando lugares en el tiempo a través del agua. Vemos las aventuras de los dos protagonistas en diferentes épocas y culturas que no corresponden a su propio mundo. ECO, en 1834, Montreal aprende a sobrevivir en el pasado ya que la cultura apenas comienza a abolir la esclavitud, y Émilien en Bogotá de 2017 se enfrenta a nuestro mundo moderno, conectándose entre sí a través del río del tiempo. Donde incluso un ligero cambio interrumpirá el flujo del agua de maneras que no podemos entender.</p>				<p>Dirección: Carlos Smith. Guionista Lina Ricaurte. Producción: Nancy Granada. Dirección de arte: Alejandra Rojas. Artista gráfico: Jaime Smith. Diseño sonoro: Edgar Cortés. Postproducción Julián López.</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
Serie animada			New Media Colombia 2017. Hierro animación.		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
99	Mostros afechantes	2014	Animación	Fantasia, aventuras	https://mostrosafechantes.com/
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Tener un monstruo en casa es un problema, pero puede ser el comienzo de una nueva aventura si despertamos nuestra imaginación y la hacemos trabajar a nuestro favor ¡Descubrir monstruos puede ser muy divertido! Nuestros héroes ayudan a los niños a decidir qué hacer con los monstruos que los atemorizan usando la creatividad y el Gran Libro de los Monstruos donde están todos los monstruos que han existido y al que todo niño puede acudir para investigar o compartir un monstruo recién descubierto. Combinamos historias divertidas contadas por TV, juegos de descubrimiento y realidad aumentada y actividades de creación para ayudar a los niños a enfrentar sus miedos.</p>				Dirección: Carlos Smith.	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS		ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN	
Serie animada, libro, juego, realidad aumentada	Colaborativa.	<ul style="list-style-type: none"> - Cross-media del MIFA call for projects, ANNECY 2015; - Cartoon forum 2014; - Cinekid Junior Coproduction Market; - Cartoon 360 2015 		Señal colombia RTVC	

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
100	OMI VR	2018	Documental	Memoria, ancestralidad	http://omivr.com/
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
<p>Omi VR es una experiencia en realidad virtual sobre la ceremonia de tambor en la santería, que se vive sensorialmente desde la progresión energética, musical y espiritual de este ritual. A través de una mirada simbólica se juega con la relación entre los cuerpos físicos y los espirituales, y se explora el mundo acuático de la divinidad del mar en esta religión afrocubana. Este viaje une las nuevas tecnologías y la experimentación con elementos análogos de arte, para que el usuario pueda experimentar los sonidos del tambor batá, los bailes del panteón yoruba y las ricas texturas de un altar marino, inmerso en un espacio abstracto que produce la ilusión de estar en un ambiente infinito, negro y espiritual.</p>				<p>Directores: Canela Reyes y Juan Sebastián Cabrera. Producción: Rafael Ospino. Director técnico: sergio Bromberg. Asistente de dirección: Federico Serna. Directora de arte: Adriana Rojas. Sonido: Santiago Rodríguez. Postproducción: Felipe Moncada. Fotografía: Diego Barajas. Asesor conceptual: Adrián Gómez. Altiplano GPS SAS, Alterlab y El cauce.</p>	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
Documental Inmersivo Realidad virtual VR		Inmersiva VR			New Media Colombia 2018 Proimagenes, ANTV, MINTIC.

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
101	Artific I.O.	2018	Serie web	Sin determinar	http://www.gusano.org/video/artificio/
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
				Director: Jorge Caballero. Producción: Gusano Films	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
Serie web					New Media Colombia Canada 2018 Proimagenes, ANTV, MINTIC.

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
102	The Kitchen	2018	Serie web	Sin determinar	//
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
//				Fosfenos Media Itda y Ziah Frost Media inc.	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
Serie web		//		//	New Media Colombia Canada 2018 Proimagenes, ANTV, MINTIC.

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
103	Espectros	2018	Realidad aumentada	Sin determinar	//
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
//				Productor: V Cinema SAS y Lorenzo Orzari	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
Realidad aumentada		//		//	New Media Colombia Canada 2018 Proimagenes, ANTV, MINTIC.

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
104	Arctic Horror Stories	2018	Serie web	Sin determinar	http://conexioncreativasasa.com/
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
//				Productor: Conexión Creativa SAS y Taqut Production Inc.	
PRODUCTOS EXPANDIDOS	TIPO DE INTERACCIÓN	PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN		
Serie web	//	//	New Media Colombia Canada 2018 Proimágenes, ANTV, MINTIC.		

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
105	Pasantes	2018	Serie web	Sin determinar	http://www.laberinto.tv/
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
//				Productor: Laberinto cine y televisión	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
//		//		//	New Media Colombia 2017 Proimágenes, ANTV, MINTIC.

FICHA N°	TÍTULO	AÑO	GÉNERO	TEMÁTICA	ENLACE
106	Pueblito blanco	2018	Documental	Memoria	https://elartilugiodemadera.com/
SINOPSIS				FICHA TECNICA	
Historia transmedia del proyecto Minuto de Dios del Padre Rafael Garcia Herreros en Bogotá.				Dirección: Marta Ligia Jiménez, Productor: UNIMINUTO	
PRODUCTOS EXPANDIDOS		TIPO DE INTERACCIÓN		PREMIOS	ESTÍMULOS Y/O FINANCIACIÓN
Documental, podcast, infografías.		Página web		//	UNIMINUTO

Bogotá, 4 de octubre de 2019

Profesora
Ana Teresa Arciniegas


Estimada

Desde la Muestra Internacional Documental de Bogotá (MIDBO), organizada por la Corporación Colombiana de Documentalistas ALADOS, le hacemos la invitación a vincularse al *Encuentro Pensar lo Real* como una de las coordinadoras del grupo de trabajo *Transmedia en Colombia*, cuyas sesiones tendrán lugar en las instalaciones de CityU, entre el 31 de octubre y el 2 de noviembre del presente año, en horario de 9am a 1pm, en el marco de la 21 MIDBO.

Su participación, así como la socialización de los resultados de la investigación *Transmedia en Colombia: análisis de la producción, la exhibición, la circulación y la exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018* será muy importante para el desarrollo de este Encuentro que reúne a realizadoras y realizadores, artistas, académicos, estudiantes y otros agentes del campo documental con el propósito de compartir trabajos de investigación y procesos creativos, generar redes de colaboración y reflexionar en torno al cine de lo real.

Quedamos atentos a cualquier inquietud.

Cordialmente,



GERMÁN AYALA
Co-director 21 MIDBO
Coordinador Encuentro Pensar lo real
germanmidbo@gmail.com
www.midbo.co



6 | festival de cine creative commons & new media bogotá

Bogotá D.C., 4 de octubre de 2019

Señores
PROIMAGENES COLOMBIA
E.S.M

Ref: Socialización investigación transmedia en Colombia durante VI #Narrarelfuturo

Cordial saludo.

#Narrarelfuturo: Festival de Cine Creative Commons & New Media Bogotá es un punto de encuentro académico y de exhibición en el que se reúnen profesionales de la industria local, nacional y regional interesados en la discusión sobre la Cultura Libre, las nuevas licencias de productos creativos y la realización audiovisual en sus más recientes e interesantes tendencias narrativas y técnicas dentro del entorno digital; temas como el transmedia, el webdocumental, la realidad virtual, aumentada y mixta, las webseries y otros conceptos de **#NewMedia** son algunos de los ejes temáticos que pueden encontrar los asistentes.

De igual manera el Festival apuesta por espacios experimentales como el **#NewMediaLab**, la Hackathon VR360, **#GuionesLibres** o el Taller de Documental Web e Interactivo donde los participantes desarrollan nuevas experiencias y procesos audiovisuales y narrativos con el acompañamiento de expertos nacionales e internacionales.

El Festival llega en 2019 a su VI edición –del 5 al 9 de noviembre– y durante la misma serán compartidos en un evento académico abierto al público los resultados de la investigación “Transmedia en Colombia: análisis de la producción, circulación y exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos multiformato.”. El evento se llevará a cabo el miércoles 6 de noviembre en uno de los escenarios académicos del festival en la ciudad de Bogotá.

Cualquier información adicional puede ser solicitada a los datos en nuestra firma.

Cordial saludo,

Alejandro Angel T.
Director General
Armadillo: New Media & Films
alejandros@armadillomedia.tv
Celular: +57 300 4523202

Lina María Arias
Productora General
La Par Creación
lina.arias@lapar.com.co
Celular: +57 302 3519975



@NARRARELFUTURO



Universidad
Pontificia
Bolivariana

Medellín, 9 de octubre de 2019

SEÑORES
Fondo para el Desarrollo Cinematográfico
PROIMÁGENES


Cordial saludo.

Informamos que se ha programado la socialización de la investigación: *Transmedia en Colombia: análisis de la producción, circulación y exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018* de Ana Teresa Arciniegas para el día 17 de octubre a las 18:00 horas.

Esta actividad de divulgación es apoyada por la Maestría en Cine Documental de Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín, sede Laureles dada la importancia y pertinencia académica que el tema tiene para los estudios audiovisuales actuales.

Esta comunicación se expide por solicitud de la interesada.

Atentamente,



HAROLD SALINAS ARBOLEDA
Coordinador Académico
Maestría en Cine Documental



Bogotá. D.C., Julio 31 de 2019

Investigador(es):

Ana Teresa Arciniegas Martínez, Norberto Fabian Diaz Duarte

Asunto: Aprobación para ponencia y publicación como capítulo de libro, de Aportación científica

Apreciado(s): Investigador(es)

Reciba un cordial saludo por parte de la Universidad Manuela Beltrán.

Como parte de los procesos de investigación y proyección que se evidencian en nuestra sociedad que son llevados a cabo dentro de las universidades y las empresas, la facultad de Educación, ciencias sociales y humanas nuestra Unidad Virtual mantiene una constante búsqueda de oportunidades para el intercambio de experiencias y conocimientos en el campo de las tecnologías que apoyan los procesos educativos y empresariales, apuntando a fortalecer la formación e investigación a través de esas líneas.

En este sentido, me es grato informarle que su artículo "**ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES TRANSMEDIA EN COLOMBIA ENTRE 2012 Y 2018.**". Fue aprobado por el comité científico, para participar como ponencia del Evento Internacional y Virtual en Innovación educativa, ciencias humanas y sociales **Trend-TIC 2019**, y la publicación como capítulo de libro de investigación.

A cada uno de sus correos estará llegando fecha y hora para la socialización de la ponencia, la cual no puede exceder de **10 minutos** más una sesión de preguntas que cada ponente responderá via chat. De igual forma se allegará a sus correos las recomendaciones necesarias para el ajuste del artículo y demás documentos necesarios para la cesión de derechos que permitan la publicación.

De antemano agradecemos su participación que beneficia la generación de nuevo conocimiento.

Cordialmente,
Comité Científico del evento
Universidad Manuela Beltrán

304-2

Bucaramanga, 19 de septiembre de 2019

Señores
PROIMÁGENES COLOMBIA
Ciudad

Respetados señores:

Los resultados de la investigación, "*Transmedia en Colombia: análisis de la producción, circulación y exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos multiformato*", se expusieron en el ámbito de la franja de cine de la Feria del Libro de Bucaramanga, Ulibro 2019, el jueves 29 de agosto de 2019.

Gracias por su atención y quedo atento a precisar la información que crean necesaria.

Cordialmente,



PROGRAMA DE ARTES AUDIOVISUALES
Carlos Ernesto Acosta Posada

Director Académico
Universidad Autónoma de Bucaramanga
Programa de Artes Audiovisuales
(7) 6436111 ext 353 - 396
cacosta@unab.edu.co
Código postal: 680003

Archivar en 304-12-02 Comunicaciones con entes de control

Bucaramanga, 30 de septiembre de 2019

Cordial saludo, Estimado(a) autor(a):

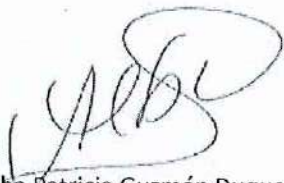
Agradecemos su participación en el "Congreso Internacional de Investigación Red Riaco 2019 VIII Encuentro de Investigadores y V Encuentro de Semilleros - Innovación, estrategia y competitividad para el desarrollo de las regiones". Tras el proceso de evaluación por pares de su propuesta "Transmedia en Colombia: análisis de la producción, circulación y exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato", nos es grato comunicarle que el resultado ha sido ACEPTADA.

El paso a seguir es que nos envíe la presentación y carta de autorización de publicación, diligenciadas en el formato adjunto, y de no ser enviadas, no es posible presentar la ponencia.

Le recordamos que para obtener el certificado de participación, uno de los autores debe hacer la presentación de la ponencia, en la fecha y hora en que se les indique próximamente.

Cualquier inquietud con gusto será atendida.

Atentamente,



Alba Patricia Guzmán Duque, Ph.D.
Líder Grupo de Investigación GICSE
Comité Organizador
Congreso Internacional de Investigación RIACO-UTS 2019
Grupo de Investigación GICSE
Programa Administración de Empresas por ciclos propedéuticos
Unidades Tecnológicas de Santander
Bucaramanga, Colombia

Investigación Transmedia en Colombia 2012 - 2018 **Grupo 1**

Fecha: 08-08-19

1	Nombre	Cargo	Empresa / Proyecto	Mail	Número	Firma
2	MARCELO RIVERA	Coordinador	WISCONSIN	marcelo.rivera@wisconsin.edu	314 301 0081	[Firma]
3	MARCELO RIVERA	Coordinador	WISCONSIN	marcelo.rivera@wisconsin.edu	314 301 0081	[Firma]
4	Jonathan Patis	Productor	HIERBONIA	jonath.patis@hierbonia.com	312 522 2714	[Firma]
5	John Patis	Director	KUKU DESIGNS	john.patis@kuku.com	312 522 2714	[Firma]
6	CONDOMINIO EL CORRALITO	Comunidad	UNIVERSIDAD ESPECTRO	CONDOMINIO_EL_CORRALITO@UNIVERSIDAD.ESPECTRO.COM	312 522 2714	[Firma]
7	Sociedad Tejas	Director	UNIVERSIDAD ESPECTRO	SOCIETEAJAS@UNIVERSIDAD.ESPECTRO.COM	312 522 2714	[Firma]
8	BOBBIANNA JAMES	Directora	CREATIVA DIGITAL	BOBBIANNA@CREATIVA.COM	312 522 2714	[Firma]
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						

Investigación Transmedia en Colombia 2012-2018 Grupo 3

Fecha: 28 septiembre 2019

1	Nombre	Campo	Empresa / Proyecto	Mail	Número	Firma
2	Alejandro Reyes	Unicdy	Empresa del Futuro - Promovida	alejandro.reyes@unicdy.edu.co	300423222	[Firma]
3	Vivian Osorio	Productor	Palermo P.V.	contacto@alterlab.io	38800923	[Firma]
4	Alfonso Salazar	Social Producer	Universidad Manuela Beltrán	alfonso.salazar@unibtrn.edu.co	3035336956	[Firma]
5	Yessica Ramirez	Productor Creativo	Hikma Films	hikmafilms@gmail.com	373576283	[Firma]
6	Diego Castaño	Productor Creativo	Hikma Films	hikmafilms@gmail.com	305303772	[Firma]
7	Diego Vargas	Productor Creativo	Hikma Films	hikmafilms@gmail.com	314362761	[Firma]
8	German Bayala	Productor Creativo	Hikma Films	hikmafilms@gmail.com	315275252	[Firma]
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						

Protocolo de la investigación- consentimiento informado

De acuerdo con los principios establecidos en la resolución 008430 de octubre de 1993, este consentimiento informado tiene el propósito de solicitar su autorización para la participación en este estudio que se basa en el Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato.

Solicitud del procedimiento por seguir: Si usted como individuo perteneciente al entorno transmedia colombiano, acepta participar en el presente estudio, se le solicitará su aprobación para grabar durante la sesión de grupo focal, tomar fotografías y archivar en un dispositivo lo conversado únicamente para fines de la investigación.

Riesgos. Según la clasificación de la resolución 8430 de 1993, participar en el presente estudio, no contempla riesgo alguno porque no se consultará información relacionada con su integridad personal y los instrumentos que se aplicarán tratan aspectos sobre sus experiencias y conocimientos relacionadas con el entorno en transmedia colombiano.

Beneficios. Aportará de manera significativa a los estudios realizados hasta ahora relacionados con lo transmedial, así mismo, sus aportes serán tenidos en cuenta para la elaboración del libro resultado del proceso y servirán para los procesos de socialización finales.

Declaración de conocimiento y voluntariedad. La participación en el presente estudio es de carácter voluntario, por lo tanto si usted decide no participar, está en la completa libertad de realizarlo sin que esto genere una consecuencia, sanción o castigo en su contra. Si decide participar mediante el presente documento se compromete a participar del grupo focal al cual ha sido invitado para el desarrollo de la investigación. El participante declara que comprendió completamente la información entregada y formuló todas las preguntas que le sugieren, obteniendo una respuesta favorable y clara para su participación voluntaria.

Ciudad Bogotá Fecha: 06/06/19 Hora: 8:45 AM Yo: Santiago Torres Sanchez
con CC. 80 035 703 de Bogotá, declaro que Ana Teresa Arciniegas Martínez con CC. 52862315 de Bogotá me invitó a participar en la investigación: Transmedia en Colombia: Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato. He sido también informado que mis datos personales serán tratados conforme a la ley de tratamiento de datos.

Si tiene dudas puede comunicarse con el investigador principal, Ana Teresa Arciniegas Martínez al teléfono 3008272250, o al correo electrónico transmediaencolombia@gmail.com. Se da por entendida la información que se expone en este consentimiento, el objetivo del proyecto, en que se basa mi participación, los posibles riesgos y beneficios implicados, además de las dudas e inquietudes que fueron resueltas.

Firma del participante: Santiago Torres S

Protocolo de la investigación- consentimiento informado

De acuerdo con los principios establecidos en la resolución 008430 de octubre de 1993, este consentimiento informado tiene el propósito de solicitar su autorización para la participación en este estudio que se basa en el Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato.

Solicitud del procedimiento por seguir: Si usted como individuo perteneciente al entorno transmedia colombiano, acepta participar en el presente estudio, se le solicitará su aprobación para grabar durante la sesión de grupo focal, tomar fotografías y archivar en un dispositivo lo conversado únicamente para fines de la investigación.

Riesgos. Según la clasificación de la resolución 8430 de 1993, participar en el presente estudio, no contempla riesgo alguno porque no se consultará información relacionada con su integridad personal y los instrumentos que se aplicarán tratan aspectos sobre sus experiencias y conocimientos relacionadas con el entorno en transmedia colombiano.

Beneficios. Aportará de manera significativa a los estudios realizados hasta ahora relacionados con lo transmedial, así mismo, sus aportes serán tenidos en cuenta para la elaboración del libro resultado del proceso y servirán para los procesos de socialización finales.

Declaración de conocimiento y voluntariedad. La participación en el presente estudio es de carácter voluntario, por lo tanto si usted decide no participar, está en la completa libertad de realizarlo sin que esto genere una consecuencia, sanción o castigo en su contra. Si decide participar mediante el presente documento se compromete a participar del grupo focal al cual ha sido invitado para el desarrollo de la investigación. El participante declara que comprendió completamente la información entregada y formuló todas las preguntas que le sugieren, obteniendo una respuesta favorable y clara para su participación voluntaria.

Ciudad Bogotá Fecha: 8 de Sept Hora: 10:00 am Yo: Carmelo Cárdenas
con C.C. 3012442531 de Bogotá, declaro que Ana Teresa Arciniegas Martínez con C.C. 52862315 de Bogotá me invitó a participar en la investigación: Transmedia en Colombia: Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato. He sido también informado que mis datos personales serán tratados conforme a la ley de tratamiento de datos.

Si tiene dudas puede comunicarse con el investigador principal, Ana Teresa Arciniegas Martínez al teléfono 3008272250, o al correo electrónico transmediaencolombia@gmail.com. Se da por entendida la información que se expone en este consentimiento, el objetivo del proyecto, en que se basa mi participación, los posibles riesgos y beneficios implicados, además de las dudas e inquietudes que fueron resueltas.

Firma del participante: Carmelo Cárdenas

Protocolo de la Investigación- consentimiento informado

De acuerdo con los principios establecidos en la resolución 008430 de octubre de 1993, este consentimiento informado tiene el propósito de solicitar su autorización para la participación en este estudio que se basa en el Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato.

Solicitud del procedimiento por seguir: Si usted como individuo perteneciente al entorno transmedia colombiano, acepta participar en el presente estudio, se le solicitará su aprobación para grabar durante la sesión de grupo focal, tomar fotografías y archivar en un dispositivo lo conversado únicamente para fines de la investigación.

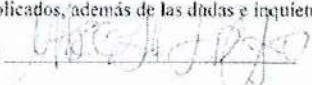
Riesgos. Según la clasificación de la resolución 8430 de 1993, participar en el presente estudio, no contempla riesgo alguno porque no se consultará información relacionada con su integridad personal y los instrumentos que se aplicarán tratan aspectos sobre sus experiencias y conocimientos relacionadas con el entorno en transmedia colombiano.

Beneficios. Aportará de manera significativa a los estudios realizados hasta ahora relacionados con lo transmedial, así mismo, sus aportes serán tenidos en cuenta para la elaboración del libro resultado del proceso y servirán para los procesos de socialización finales.

Declaración de conocimiento y voluntariedad. La participación en el presente estudio es de carácter voluntario, por lo tanto si usted decide no participar, está en la completa libertad de realizarlo sin que esto genere una consecuencia, sanción o castigo en su contra. Si decide participar mediante el presente documento se compromete a participar del grupo focal al cual ha sido invitado para el desarrollo de la investigación. El participante declara que comprendió completamente la información entregada y formuló todas las preguntas que le sugieren, obteniendo una respuesta favorable y clara para su participación voluntaria.

Ciudad Bogotá Fecha: 8/8/19 Hora 8:30 Yo: Marcela Lizcano
con CC. 52999254 de PTA, declaro que Ana Teresa Arciniegas Martínez con CC. 52862315 de Bogotá me invitó a participar en la investigación: Transmedia en Colombia: Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato. He sido también informado que mis datos personales serán tratados conforme a la ley de tratamiento de datos.

Si tiene dudas puede comunicarse con el investigador principal, Ana Teresa Arciniegas Martínez al teléfono 3008272250, o al correo electrónico transmediaencolombia@gmail.com. Se da por entendida la información que se expone en este consentimiento, el objetivo del proyecto, en que se basa mi participación, los posibles riesgos y beneficios implicados, además de las dudas e inquietudes que fueron resueltas.

Firma del participante: 

Protocolo de la investigación- consentimiento informado

De acuerdo con los principios establecidos en la resolución 008430 de octubre de 1993, este consentimiento informado tiene el propósito de solicitar su autorización para la participación en este estudio que se basa en el Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato.

Solicitud del procedimiento por seguir: Si usted como individuo perteneciente al entorno transmedia colombiano, acepta participar en el presente estudio, se le solicitará su aprobación para grabar durante la sesión de grupo focal, tomar fotografías y archivar en un dispositivo lo conversado únicamente para fines de la investigación.

Riesgos. Según la clasificación de la resolución 8430 de 1993, participar en el presente estudio, no contempla riesgo alguno porque no se consultará información relacionada con su integridad personal y los instrumentos que se aplicarán tratan aspectos sobre sus experiencias y conocimientos relacionadas con el entorno en transmedia colombiano.

Beneficios. Aportará de manera significativa a los estudios realizados hasta ahora relacionados con lo transmedial, así mismo, sus aportes serán tenidos en cuenta para la elaboración del libro resultado del proceso y servirán para los procesos de socialización finales.

Declaración de conocimiento y voluntariedad. La participación en el presente estudio es de carácter voluntario, por lo tanto si usted decide no participar, está en la completa libertad de realizarlo sin que esto genere una consecuencia, sanción o castigo en su contra. Si decide participar mediante el presente documento se compromete a participar del grupo focal al cual ha sido invitado para el desarrollo de la investigación. El participante declara que comprendió completamente la información entregada y formuló todas las preguntas que le sugieren, obteniendo una respuesta favorable y clara para su participación voluntaria.

Ciudad Bogotá Fecha: 20/07/2017 Hora: 10:30 am Yo: ANA TERESA ARCINIEGAS MARTÍNEZ
con CC. 75001204 de Bogotá, declaro que Ana Teresa Arciniegas Martínez con CC. 52862315 de Bogotá me invitó a participar en la investigación: Transmedia en Colombia: Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato. He sido también informado que mis datos personales serán tratados conforme a la ley de tratamiento de datos.

Si tiene dudas puede comunicarse con el investigador principal, Ana Teresa Arciniegas Martínez al teléfono 3008272250, o al correo electrónico transmediaencolombia@gmail.com. Se da por entendida la información que se expone en este consentimiento, el objetivo del proyecto, en que se basa mi participación, los posibles riesgos y beneficios implicados, además de las dudas e inquietudes que fueron resueltas.

Firma del participante: ANA TERESA ARCINIEGAS MARTÍNEZ

Protocolo de la investigación- consentimiento informado

De acuerdo con los principios establecidos en la resolución 008430 de octubre de 1993, este consentimiento informado tiene el propósito de solicitar su autorización para la participación en este estudio que se basa en el Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato.

Solicitud del procedimiento por seguir: Si usted como individuo perteneciente al entorno transmedia colombiano, acepta participar en el presente estudio, se le solicitará su aprobación para grabar durante la sesión de grupo focal, tomar fotografías y archivar en un dispositivo lo conversado únicamente para fines de la investigación.

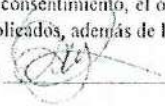
Riesgos. Según la clasificación de la resolución 8430 de 1993, participar en el presente estudio, no contempla riesgo alguno porque no se consultará información relacionada con su integridad personal y los instrumentos que se aplicarán tratan aspectos sobre sus experiencias y conocimientos relacionadas con el entorno en transmedia colombiano.

Beneficios. Aportará de manera significativa a los estudios realizados hasta ahora relacionados con lo transmedial, así mismo, sus aportes serán tenidos en cuenta para la elaboración del libro resultado del proceso y servirán para los procesos de socialización finales.

Declaración de conocimiento y voluntariedad. La participación en el presente estudio es de carácter voluntario, por lo tanto si usted decide no participar, está en la completa libertad de realizarlo sin que esto genere una consecuencia, sanción o castigo en su contra. Si decide participar mediante el presente documento se compromete a participar del grupo focal al cual ha sido invitado para el desarrollo de la investigación. El participante declara que comprendió completamente la información entregada y formuló todas las preguntas que le sugieren, obteniendo una respuesta favorable y clara para su participación voluntaria.

Ciudad Bogotá Fecha: 09/07/2018 Hora 8:10 AM Yo: Diana J. Ruiz
con CC. 83174078 de D.A., declaro que Ana Teresa Arciniegas Martínez con CC. 52862315 de Bogotá me invitó a participar en la investigación: Transmedia en Colombia: Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato. He sido también informado que mis datos personales serán tratados conforme a la ley de tratamiento de datos.

Si tiene dudas puede comunicarse con el investigador principal, Ana Teresa Arciniegas Martínez al teléfono 3008272250, o al correo electrónico transmediaencolombia@gmail.com. Se da por entendida la información que se expone en este consentimiento, el objetivo del proyecto, en que se basa mi participación, los posibles riesgos y beneficios implicados, además de las dudas e inquietudes que fueron resueltas.

Firma del participante: 

Protocolo de la investigación- consentimiento informado

De acuerdo con los principios establecidos en la resolución 008430 de octubre de 1993, este consentimiento informado tiene el propósito de solicitar su autorización para la participación en este estudio que se basa en el Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato.

Solicitud del procedimiento por seguir: Si usted como individuo perteneciente al entorno transmedia colombiano, acepta participar en el presente estudio, se le solicitará su aprobación para grabar durante la sesión de grupo focal, tomar fotografías y archivar en un dispositivo lo conversado únicamente para fines de la investigación.

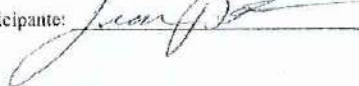
Riesgos. Según la clasificación de la resolución 8430 de 1993, participar en el presente estudio, no contempla riesgo alguno porque no se consultará información relacionada con su integridad personal y los instrumentos que se aplicarán tratan aspectos sobre sus experiencias y conocimientos relacionadas con el entorno en transmedia colombiano.

Beneficios. Aportará de manera significativa a los estudios realizados hasta ahora relacionados con lo transmedial, así mismo, sus aportes serán tenidos en cuenta para la elaboración del libro resultado del proceso y servirán para los procesos de socialización finales.

Declaración de conocimiento y voluntariedad. La participación en el presente estudio es de carácter voluntario, por lo tanto si usted decide no participar, está en la completa libertad de realizarlo sin que esto genere una consecuencia, sanción o castigo en su contra. Si decide participar mediante el presente documento se compromete a participar del grupo focal al cual ha sido invitado para el desarrollo de la investigación. El participante declara que comprendió completamente la información entregada y formuló todas las preguntas que le sugieren, obteniendo una respuesta favorable y clara para su participación voluntaria.

Ciudad Bogotá D.C. Fecha: 8/8/19 Hora: 8:35 Yo: Sobranías Patiño
con CC. 102074997 de Bogotá, declaro que Ana Teresa Arciniegas Martínez con CC. 52862315 de Bogotá me invitó a participar en la investigación: Transmedia en Colombia: Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato. He sido también informado que mis datos personales serán tratados conforme a la ley de tratamiento de datos.

Si tiene dudas puede comunicarse con el investigador principal, Ana Teresa Arciniegas Martínez al teléfono 3008272250, o al correo electrónico transmediaencolombia@gmail.com. Se da por entendida la información que se expone en este consentimiento, el objetivo del proyecto, en que se basa mi participación, los posibles riesgos y beneficios implicados, además de las dudas e inquietudes que fueron resueltas.

Firma del participante: 

Protocolo de la Investigación- consentimiento informado

De acuerdo con los principios establecidos en la resolución 008430 de octubre de 1993, este consentimiento informado tiene el propósito de solicitar su autorización para la participación en este estudio que se basa en el Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato.

Solicitud del procedimiento por seguir: Si usted como individuo perteneciente al entorno transmedia colombiano, acepta participar en el presente estudio, se le solicitará su aprobación para grabar durante la sesión de grupo focal, tomar fotografías y archivar en un dispositivo lo conversado únicamente para fines de la investigación.

Riesgos. Según la clasificación de la resolución 8430 de 1993, participar en el presente estudio, no contempla riesgo alguno porque no se consultará información relacionada con su integridad personal y los instrumentos que se aplicarán tratan aspectos sobre sus experiencias y conocimientos relacionadas con el entorno en transmedia colombiano.

Beneficios. Aportará de manera significativa a los estudios realizados hasta ahora relacionados con lo transmedial, así mismo, sus aportes serán tenidos en cuenta para la elaboración del libro resultado del proceso y servirán para los procesos de socialización finales.

Declaración de conocimiento y voluntariedad. La participación en el presente estudio es de carácter voluntario, por lo tanto si usted decide no participar, está en la completa libertad de realizarlo sin que esto genere una consecuencia, sanción o castigo en su contra. Si decide participar mediante el presente documento se compromete a participar del grupo focal al cual ha sido invitado para el desarrollo de la investigación. El participante declara que comprendió completamente la información entregada y formuló todas las preguntas que le sugieren, obteniendo una respuesta favorable y clara para su participación voluntaria.

Ciudad Bogotá Fecha: 8/8/2012 Hora: 8:34 Yo: Jasme Antonio Smith Rovira
con CC. 85464527 de Sta Efa, declaro que Ana Teresa Arciniegas Martínez con CC. 52862315 de Bogotá me invitó a participar en la investigación: Transmedia en Colombia: Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato. He sido también informado que mis datos personales serán tratados conforme a la ley de tratamiento de datos.

Si tiene dudas pueda comunicarse con el investigador principal, Ana Teresa Arciniegas Martínez al teléfono 3008272250, o al correo electrónico transmediaencolombia@gmail.com. Se da por entendida la información que se expone en este consentimiento, el objetivo del proyecto, en que se basa mi participación, los posibles riesgos y beneficios implicados, además de las dudas e inquietudes que fueron resueltas.

Firma del participante: 

Protocolo de la investigación- consentimiento informado

De acuerdo con los principios establecidos en la resolución 008430 de octubre de 1993, este consentimiento informado tiene el propósito de solicitar su autorización para la participación en este estudio que se basa en el Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato.

Solicitud del procedimiento por seguir: Si usted como individuo perteneciente al entorno transmedia colombiano, acepta participar en el presente estudio, se le solicitará su aprobación para grabar durante la sesión de grupo focal, tomar fotografías y archivar en un dispositivo lo conversado únicamente para fines de la investigación.

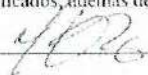
Riesgos. Según la clasificación de la resolución 8430 de 1993, participar en el presente estudio, no contempla riesgo alguno porque no se consultará información relacionada con su integridad personal y los instrumentos que se aplicarán tratan aspectos sobre sus experiencias y conocimientos relacionadas con el entorno en transmedia colombiano.

Beneficios. Aportará de manera significativa a los estudios realizados hasta ahora relacionados con lo transmedial, así mismo, sus aportes serán tenidos en cuenta para la elaboración del libro resultado del proceso y servirán para los procesos de socialización finales.

Declaración de conocimiento y voluntariedad. La participación en el presente estudio es de carácter voluntario, por lo tanto si usted decide no participar, está en la completa libertad de realizarlo sin que esto genere una consecuencia, sanción o castigo en su contra. Si decide participar mediante el presente documento se compromete a participar del grupo focal al cual ha sido invitado para el desarrollo de la investigación. El participante declara que comprendió completamente la información entregada y formuló todas las preguntas que le sugieren, obteniendo una respuesta favorable y clara para su participación voluntaria.

Ciudad Bogotá Fecha: AGOSTO 3/19 Hora: 5:00PM Yo: MARTINA LILIA SIVERDUE TRINIDAD
con CC. 52862315 de Bogotá, declaro que Ana Teresa Arciniegas Martínez con CC. 52862315 de Bogotá me invitó a participar en la investigación: Transmedia en Colombia: Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato. He sido también informado que mis datos personales serán tratados conforme a la ley de tratamiento de datos.

Si tiene dudas puede comunicarse con el investigador principal, Ana Teresa Arciniegas Martínez al teléfono 3608272250, o al correo electrónico transmediaencolombia@gmail.com. Se da por entendida la información que se expone en este consentimiento, el objetivo del proyecto, en que se basa mi participación, los posibles riesgos y beneficios implicados, además de las dudas e inquietudes que fueron resueltas.

Firma del participante: 

Protocolo de la investigación- consentimiento informado

De acuerdo con los principios establecidos en la resolución 008430 de octubre de 1993, este consentimiento informado tiene el propósito de solicitar su autorización para la participación en este estudio que se basa en el Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato.

Solicitud del procedimiento por seguir: Si usted como individuo perteneciente al entorno transmedia colombiano, acepta participar en el presente estudio, se le solicitará su aprobación para grabar durante la sesión de grupo focal, tomar fotografías y archivar en un dispositivo lo conversado únicamente para fines de la investigación.

Riesgos. Según la clasificación de la resolución 8430 de 1993, participar en el presente estudio, no contempla riesgo alguno porque no se consultará información relacionada con su integridad personal y los instrumentos que se aplicarán tratan aspectos sobre sus experiencias y conocimientos relacionadas con el entorno en transmedia colombiano.

Beneficios. Aportará de manera significativa a los estudios realizados hasta ahora relacionados con lo transmedial, así mismo, sus aportes serán tenidos en cuenta para la elaboración del libro resultado del proceso y servirán para los procesos de socialización finales.

Declaración de conocimiento y voluntariedad. La participación en el presente estudio es de carácter voluntario, por lo tanto si usted decide no participar, está en la completa libertad de realizarlo sin que esto genere una consecuencia, sanción o castigo en su contra. Si decide participar mediante el presente documento se compromete a participar del grupo focal al cual ha sido invitado para el desarrollo de la investigación. El participante declara que comprendió completamente la información entregada y formuló todas las preguntas que le sugieren, obteniendo una respuesta favorable y clara para su participación voluntaria.

Ciudad Bogotá Fecha: 8/2/2019 Hora: 7:33 Yo: Aljando Escobar
con CC. 79.291.861 de Bogotá, declaro que Ana Teresa Arciniegas Martínez con CC. 52862315 de Bogotá me invitó a participar en la investigación: Transmedia en Colombia: Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato. He sido también informado que mis datos personales serán tratados conforme a la ley de tratamiento de datos.

Si tiene dudas puede comunicarse con el investigador principal, Ana Teresa Arciniegas Martínez al teléfono 3008272250, o al correo electrónico transmediaencolombia@gmail.com. Se da por entendida la información que se expone en este consentimiento, el objetivo del proyecto, en que se basa mi participación, los posibles riesgos y beneficios implicados, además de las dudas e inquietudes que fueron resueltas.

Firma del participante: 

Protocolo de la investigación- consentimiento informado

De acuerdo con los principios establecidos en la resolución 008430 de octubre de 1993, este consentimiento informado tiene el propósito de solicitar su autorización para la participación en este estudio que se basa en el Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato.

Solicitud del procedimiento por seguir: Si usted como individuo perteneciente al entorno transmedia colombiano, acepta participar en el presente estudio, se le solicitará su aprobación para grabar durante la sesión de grupo focal, tomar fotografías y archivar en un dispositivo lo conversado únicamente para fines de la investigación.

Riesgos. Según la clasificación de la resolución 8430 de 1993, participar en el presente estudio, no contempla riesgo alguno porque no se consultará información relacionada con su integridad personal y los instrumentos que se aplicarán tratan aspectos sobre sus experiencias y conocimientos relacionadas con el entorno en transmedia colombiano.

Beneficios. Aportará de manera significativa a los estudios realizados hasta ahora relacionados con lo transmedial, así mismo, sus aportes serán tenidos en cuenta para la elaboración del libro resultado del proceso y servirán para los procesos de socialización finales.

Declaración de conocimiento y voluntariedad. La participación en el presente estudio es de carácter voluntario, por lo tanto si usted decide no participar, está en la completa libertad de realizarlo sin que esto genere una consecuencia, sanción o castigo en su contra. Si decide participar mediante el presente documento se compromete a participar del grupo focal al cual ha sido invitado para el desarrollo de la investigación. El participante declara que comprendió completamente la información entregada y formuló todas las preguntas que le sugieren, obteniendo una respuesta favorable y clara para su participación voluntaria.

Ciudad Bogotá Fecha: Ago 8 Hora _____ Yo: Juliana Arciniegas
con CC. 10418301 de Bogotá, declaro que Ana Teresa Arciniegas Martínez con CC. 52862315 de Bogotá me invitó a participar en la investigación: Transmedia en Colombia: Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato. He sido también informado que mis datos personales serán tratados conforme a la ley de tratamiento de datos.

Si tiene dudas puede comunicarse con el investigador principal, Ana Teresa Arciniegas Martínez al teléfono 3008272250, o al correo electrónico transmediaencolombia@gmail.com. Se da por entendida la información que se expone en este consentimiento, el objetivo del proyecto, en que se basa mi participación, los posibles riesgos y beneficios implicados, además de las dudas e inquietudes que fueron resueltas.

Firma del participante: 

Protocolo de la investigación- consentimiento informado

De acuerdo con los principios establecidos en la resolución 008430 de octubre de 1993, este consentimiento informado tiene el propósito de solicitar su autorización para la participación en este estudio que se basa en el Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato.

Solicitud del procedimiento por seguir: Si usted como individuo perteneciente al entorno transmedia colombiano, acepta participar en el presente estudio, se le solicitará su aprobación para grabar durante la sesión de grupo focal, tomar fotografías y archivar en un dispositivo lo conversado únicamente para fines de la investigación.

Riesgos. Según la clasificación de la resolución 8430 de 1993, participar en el presente estudio, no contempla riesgo alguno porque no se consultará información relacionada con su integridad personal y los instrumentos que se aplicarán tratan aspectos sobre sus experiencias y conocimientos relacionadas con el entorno en transmedia colombiano.

Beneficios. Aportará de manera significativa a los estudios realizados hasta ahora relacionados con lo transmedial, así mismo, sus aportes serán tenidos en cuenta para la elaboración del libro resultado del proceso y servirán para los procesos de socialización finales.

Declaración de conocimiento y voluntariedad. La participación en el presente estudio es de carácter voluntario, por lo tanto si usted decide no participar, está en la completa libertad de realizarlo sin que esto genere una consecuencia, sanción o castigo en su contra. Si decide participar mediante el presente documento se compromete a participar del grupo focal al cual ha sido invitado para el desarrollo de la investigación. El participante declara que comprendió completamente la información entregada y formuló todas las preguntas que le sugieren, obteniendo una respuesta favorable y clara para su participación voluntaria.

Ciudad Bogotá Fecha: 08/08/2019 Hora: 7:15 AM Yo: Diego Bustos Tellez
con CC. 1020738761 de Bogotá, declaro que Ana Teresa Arciniegas Martínez con CC. 52862315 de Bogotá me invitó a participar en la investigación: Transmedia en Colombia: Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato. He sido también informado que mis datos personales serán tratados conforme a la ley de tratamiento de datos.

Si tiene dudas puede comunicarse con el investigador principal, Ana Teresa Arciniegas Martínez al teléfono 3008272250, o al correo electrónico transmediaencolombia@gmail.com. Se da por entendida la información que se expone en este consentimiento, el objetivo del proyecto, en que se basa mi participación, los posibles riesgos y beneficios implicados, además de las dudas e inquietudes que fueron resueltas.

Firma del participante: 

Protocolo de la investigación- consentimiento informado

De acuerdo con los principios establecidos en la resolución 008430 de octubre de 1993, este consentimiento informado tiene el propósito de solicitar su autorización para la participación en este estudio que se basa en el Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato.

Solicitud del procedimiento por seguir: Si usted como individuo perteneciente al entorno transmedia colombiano, acepta participar en el presente estudio, se le solicitará su aprobación para grabar durante la sesión de grupo focal, tomar fotografías y archivar en un dispositivo lo conversado únicamente para fines de la investigación.

Riesgos. Según la clasificación de la resolución 8430 de 1993, participar en el presente estudio, no contempla riesgo alguno porque no se consultará información relacionada con su integridad personal y los instrumentos que se aplicarán tratan aspectos sobre sus experiencias y conocimientos relacionadas con el entorno en transmedia colombiano.

Beneficios. Aportará de manera significativa a los estudios realizados hasta ahora relacionados con lo transmedial, así mismo, sus aportes serán tenidos en cuenta para la elaboración del libro resultado del proceso y servirán para los procesos de socialización finales.

Declaración de conocimiento y voluntariedad. La participación en el presente estudio es de carácter voluntario, por lo tanto si usted decide no participar, está en la completa libertad de realizarlo sin que esto genere una consecuencia, sanción o castigo en su contra. Si decide participar mediante el presente documento se compromete a participar del grupo focal al cual ha sido invitado para el desarrollo de la investigación. El participante declara que comprendió completamente la información entregada y formuló todas las preguntas que le sugieren, obteniendo una respuesta favorable y clara para su participación voluntaria.

Ciudad Bogotá Fecha: 08/03/19 Hora 7:00 Yo: Diana Sierra
con CC. 54187637 de _____, declaro que Ana Teresa Arciniegas Martínez con CC. 52862315 de Bogotá me invitó a participar en la investigación: Transmedia en Colombia: Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato. He sido también informado que mis datos personales serán tratados conforme a la ley de tratamiento de datos.

Si tiene dudas puede comunicarse con el investigador principal, Ana Teresa Arciniegas Martínez al teléfono 3008272250, o al correo electrónico transmediaencolombia@gmail.com. Se da por entendida la información que se expone en este consentimiento, el objetivo del proyecto, en que se basa mi participación, los posibles riesgos y beneficios implicados, además de las dudas e inquietudes que fueron resueltas.

Firma del participante: 

Protocolo de la investigación- consentimiento informado

De acuerdo con los principios establecidos en la resolución 008430 de octubre de 1993, este consentimiento informado tiene el propósito de solicitar su autorización para la participación en este estudio que se basa en el Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato.

Solicitud del procedimiento por seguir: Si usted como individuo perteneciente al entorno transmedia colombiano, acepta participar en el presente estudio, se le solicitará su aprobación para grabar durante la sesión de grupo focal, tomar fotografías y archivar en un dispositivo lo conversado únicamente para fines de la investigación.

Riesgos. Según la clasificación de la resolución 8430 de 1993, participar en el presente estudio, no contempla riesgo alguno porque no se consultará información relacionada con su integridad personal y los instrumentos que se aplicarán tratan aspectos sobre sus experiencias y conocimientos relacionadas con el entorno en transmedia colombiano.

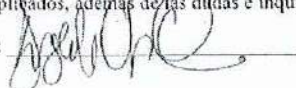
Beneficios. Aportará de manera significativa a los estudios realizados hasta ahora relacionados con lo transmedial, así mismo, sus aportes serán tenidos en cuenta para la elaboración del libro resultado del proceso y servirán para los procesos de socialización finales.

Declaración de conocimiento y voluntariedad. La participación en el presente estudio es de carácter voluntario, por lo tanto si usted decide no participar, está en la completa libertad de realizarlo sin que esto genere una consecuencia, sanción o castigo en su contra. Si decide participar mediante el presente documento se compromete a participar del grupo focal al cual ha sido invitado para el desarrollo de la investigación. El participante declara que comprendió completamente la información entregada y formuló todas las preguntas que le sugieren, obteniendo una respuesta favorable y clara para su participación voluntaria.

Ciudad Bogotá Fecha: 08/08/11 Hora: 7:00 am Yo: Angelica Cleary Olayo
con CC. 53082226 de Bogotá, declaro que Ana Teresa Arciniegas Martínez con CC. 52862315 de Bogotá me invitó a participar en la investigación: Transmedia en Colombia: Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato. He sido también informado que mis datos personales serán tratados conforme a la ley de tratamiento de datos.

Si tiene dudas puede comunicarse con el investigador principal, Ana Teresa Arciniegas Martínez al teléfono 3008272250, o al correo electrónico transmediaencolombia@gmail.com. Se da por entendida la información que se expone en este consentimiento, el objetivo del proyecto, en que se basa mi participación, los posibles riesgos y beneficios implicados, además de las dudas e inquietudes que fueron resueltas.

Firma del participante:





Protocolo de la investigación- consentimiento informado

De acuerdo con los principios establecidos en la resolución 008430 de octubre de 1993, este consentimiento informado tiene el propósito de solicitar su autorización para la participación en este estudio que se basa en el Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato.

Solicitud del procedimiento por seguir: Si usted como individuo perteneciente al entorno transmedia colombiano, acepta participar en el presente estudio, se le solicitará su aprobación para grabar durante la sesión de grupo focal, tomar fotografías y archivar en un dispositivo lo conversado únicamente para fines de la investigación.

Riesgos. Según la clasificación de la resolución 8430 de 1993, participar en el presente estudio, no contempla riesgo alguno porque no se consultará información relacionada con su integridad personal y los instrumentos que se aplicarán tratan aspectos sobre sus experiencias y conocimientos relacionadas con el entorno en transmedia colombiano.

Beneficios. Aportará de manera significativa a los estudios realizados hasta ahora relacionados con lo transmedial, así mismo, sus aportes serán tenidos en cuenta para la elaboración del libro resultado del proceso y servirán para los procesos de socialización finales.

Declaración de conocimiento y voluntariedad. La participación en el presente estudio es de carácter voluntario, por lo tanto si usted decide no participar, está en la completa libertad de realizarlo sin que esto genere una consecuencia, sanción o castigo en su contra. Si decide participar mediante el presente documento se compromete a participar del grupo focal al cual ha sido invitado para el desarrollo de la investigación. El participante declara que comprendió completamente la información entregada y formuló todas las preguntas que le sugieren, obteniendo una respuesta favorable y clara para su participación voluntaria.

Ciudad BOGOTÁ Fecha: 08/08/2018 Hora: 9:20 Yo: Juliana Ortiz Garcia
con CC. 5264130 de Bogotá, declaro que Ana Teresa Arciniegas Martínez con CC. 52862315 de Bogotá me invitó a participar en la investigación: Transmedia en Colombia: Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato. He sido también informado que mis datos personales serán tratados conforme a la ley de tratamiento de datos.

Si tiene dudas puede comunicarse con el investigador principal, Ana Teresa Arciniegas Martínez al teléfono 3008272250, o al correo electrónico transmediaencolombia@gmail.com. Se da por entendida la información que se expone en este consentimiento, el objetivo del proyecto, en que se basa mi participación, los posibles riesgos y beneficios implicados, además de las dudas e inquietudes que fueron resueltas.

Firma del participante: Juliana Ortiz Garcia

Protocolo de la investigación- consentimiento informado

De acuerdo con los principios establecidos en la resolución 008430 de octubre de 1993, este consentimiento informado tiene el propósito de solicitar su autorización para la participación en este estudio que se basa en el Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato.

Solicitud del procedimiento por seguir: Si usted como individuo perteneciente al entorno transmedia colombiano, acepta participar en el presente estudio, se le solicitará su aprobación para grabar durante la sesión de grupo focal, tomar fotografías y archivar en un dispositivo lo conversado únicamente para fines de la investigación.

Riesgos. Según la clasificación de la resolución 8430 de 1993, participar en el presente estudio, no contempla riesgo alguno porque no se consultará información relacionada con su integridad personal y los instrumentos que se aplicarán tratan aspectos sobre sus experiencias y conocimientos relacionadas con el entorno en transmedia colombiano.

Beneficios. Aportará de manera significativa a los estudios realizados hasta ahora relacionados con lo transmedial, así mismo, sus aportes serán tenidos en cuenta para la elaboración del libro resultado del proceso y servirán para los procesos de socialización finales.

Declaración de conocimiento y voluntariedad. La participación en el presente estudio es de carácter voluntario, por lo tanto si usted decide no participar, está en la completa libertad de realizarlo sin que esto genere una consecuencia, sanción o castigo en su contra. Si decide participar mediante el presente documento se compromete a participar del grupo focal al cual ha sido invitado para el desarrollo de la investigación. El participante declara que comprendió completamente la información entregada y formuló todas las preguntas que le sugieren, obteniendo una respuesta favorable y clara para su participación voluntaria.

Ciudad Bogotá Fecha 09/09/19 Hora 8:30 Yo: Sergio Canerón
con CC. 1098609528 de Bogotá, declaro que Ana Teresa Arciniegas Martínez con CC. 52862315 de Bogotá me invitó a participar en la investigación: Transmedia en Colombia: Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato. He sido también informado que mis datos personales serán tratados conforme a la ley de tratamiento de datos.

Si tiene dudas puede comunicarse con el investigador principal, Ana Teresa Arciniegas Martínez al teléfono 3008272250, o al correo electrónico transmediaencolombia@gmail.com. Se da por entendida la información que se expone en este consentimiento, el objetivo del proyecto, en que se basa mi participación, los posibles riesgos y beneficios implicados, además de las dudas e inquietudes que fueron resueltas.

Firma del participante: 

Protocolo de la investigación- consentimiento informado

De acuerdo con los principios establecidos en la resolución 008430 de octubre de 1993, este consentimiento informado tiene el propósito de solicitar su autorización para la participación en este estudio que se basa en el Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato.

Solicitud del procedimiento por seguir: Si usted como individuo perteneciente al entorno transmedia colombiano, acepta participar en el presente estudio, se le solicitará su aprobación para grabar durante la sesión de grupo focal, tomar fotografías y archivar en un dispositivo lo conversado únicamente para fines de la investigación.

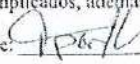
Riesgos. Según la clasificación de la resolución 8430 de 1993, participar en el presente estudio, no contempla riesgo alguno porque no se consultará información relacionada con su integridad personal y los instrumentos que se aplicarán tratan aspectos sobre sus experiencias y conocimientos relacionadas con el entorno en transmedia colombiano.

Beneficios. Aportará de manera significativa a los estudios realizados hasta ahora relacionados con lo transmedial, así mismo, sus aportes serán tenidos en cuenta para la elaboración del libro resultado del proceso y servirán para los procesos de socialización finales.

Declaración de conocimiento y voluntariedad. La participación en el presente estudio es de carácter voluntario, por lo tanto si usted decide no participar, está en la completa libertad de realizarlo sin que esto genere una consecuencia, sanción o castigo en su contra. Si decide participar mediante el presente documento se compromete a participar del grupo focal al cual ha sido invitado para el desarrollo de la investigación. El participante declara que comprendió completamente la información entregada y formuló todas las preguntas que le sugieren, obteniendo una respuesta favorable y clara para su participación voluntaria.

Ciudad Bogotá Fecha: Ab 9 Hora _____ Yo: Petra Luz Mendoza
con CC. 410205801 de Bogotá, declaro que Ana Teresa Arciniegas Martínez con CC. 52862315 de Bogotá me invitó a participar en la investigación: Transmedia en Colombia: Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato. He sido también informado que mis datos personales serán tratados conforme a la ley de tratamiento de datos.

Si tiene dudas puede comunicarse con el investigador principal, Ana Teresa Arciniegas Martínez al teléfono 3008272250, o al correo electrónico transmediaencolombia@gmail.com. Se da por entendida la información que se expone en este consentimiento, el objetivo del proyecto, en que se basa mi participación, los posibles riesgos y beneficios implicados, además de las dudas e inquietudes que fueron resueltas.

Firma del participante: 

Protocolo de la investigación- consentimiento informado

De acuerdo con los principios establecidos en la resolución 008430 de octubre de 1993, este consentimiento informado tiene el propósito de solicitar su autorización para la participación en este estudio que se basa en el Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato.

Solicitud del procedimiento por seguir: Si usted como individuo perteneciente al entorno transmedia colombiano, acepta participar en el presente estudio, se le solicitará su aprobación para grabar durante la sesión de grupo focal, tomar fotografías y archivar en un dispositivo lo conversado únicamente para fines de la investigación.

Riesgos. Según la clasificación de la resolución 8430 de 1993, participar en el presente estudio, no contempla riesgo alguno porque no se consultará información relacionada con su integridad personal y los instrumentos que se aplicarán tratan aspectos sobre sus experiencias y conocimientos relacionadas con el entorno en transmedia colombiano.

Beneficios. Aportará de manera significativa a los estudios realizados hasta ahora relacionados con lo transmedial, así mismo, sus aportes serán tenidos en cuenta para la elaboración del libro resultado del proceso y servirán para los procesos de socialización finales.

Declaración de conocimiento y voluntariedad. La participación en el presente estudio es de carácter voluntario, por lo tanto si usted decide no participar, está en la completa libertad de realizarlo sin que esto genere una consecuencia, sanción o castigo en su contra. Si decide participar mediante el presente documento se compromete a participar del grupo focal al cual ha sido invitado para el desarrollo de la investigación. El participante declara que comprendió completamente la información entregada y formulo todas las preguntas que le sugieren, obteniendo una respuesta favorable y clara para su participación voluntaria.

Ciudad Bogotá Fecha: 9-8-19 Hora _____ Yo: Jane Tenorio
con CC. 19650423 de 612616, declaro que Ana Teresa Arciniegas Martínez con CC. 52862315 de Bogotá me invitó a participar en la investigación: Transmedia en Colombia: Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato. He sido también informado que mis datos personales serán tratados conforme a la ley de tratamiento de datos.

Si tiene dudas puede comunicarse con el investigador principal, Ana Teresa Arciniegas Martínez al teléfono 3008272250, o al correo electrónico transmediaencolombia@gmail.com. Se da por entendida la información que se expone en este consentimiento, el objetivo del proyecto, en que se basa mi participación, los posibles riesgos y beneficios implicados, además de las dudas e inquietudes que fueron resueltas.

Firma del participante: _____

Protocolo de la investigación- consentimiento informado

De acuerdo con los principios establecidos en la resolución 008430 de octubre de 1993, este consentimiento informado tiene el propósito de solicitar su autorización para la participación en este estudio que se basa en el Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato.

Solicitud del procedimiento por seguir: Si usted como individuo perteneciente al entorno transmedia colombiano, acepta participar en el presente estudio, se le solicitará su aprobación para grabar durante la sesión de grupo focal, tomar fotografías y archivar en un dispositivo lo conversado únicamente para fines de la investigación.

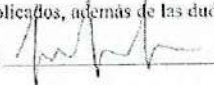
Riesgos. Según la clasificación de la resolución 8430 de 1993, participar en el presente estudio, no contempla riesgo alguno porque no se consultará información relacionada con su integridad personal y los instrumentos que se aplicarán tratan aspectos sobre sus experiencias y conocimientos relacionadas con el entorno en transmedia colombiano.

Beneficios. Aportará de manera significativa a los estudios realizados hasta ahora relacionados con lo transmedial, así mismo, sus aportes serán tenidos en cuenta para la elaboración del libro resultado del proceso y servirán para los procesos de socialización finales.

Declaración de conocimiento y voluntariedad. La participación en el presente estudio es de carácter voluntario, por lo tanto si usted decide no participar, está en la completa libertad de realizarlo sin que esto genere una consecuencia, sanción o castigo en su contra. Si decide participar mediante el presente documento se compromete a participar del grupo focal al cual ha sido invitado para el desarrollo de la investigación. El participante declara que comprendió completamente la información entregada y formuló todas las preguntas que le sugieren, obteniendo una respuesta favorable y clara para su participación voluntaria.

Ciudad Bogotá Fecha: 09/08/2019 Hora: 9:30 am Yo: Fernán Ayala
con CC. 79956404 de Bogotá, declaro que Ana Teresa Arciniegas Martínez con CC. 52862315 de Bogotá me invitó a participar en la investigación: Transmedia en Colombia: Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato. He sido también informado que mis datos personales serán tratados conforme a la ley de tratamiento de datos.

Si tiene dudas puede comunicarse con el investigador principal, Ana Teresa Arciniegas Martínez al teléfono 3008272250, o al correo electrónico transmediaencolombia@gmail.com. Se da por entendida la información que se expone en este consentimiento, el objetivo del proyecto, en que se basa mi participación, los posibles riesgos y beneficios implicados, además de las dudas e inquietudes que fueron resueltas.

Firma del participante: 



Protocolo de la investigación- consentimiento informado

De acuerdo con los principios establecidos en la resolución 008430 de octubre de 1993, este consentimiento informado tiene el propósito de solicitar su autorización para la participación en este estudio que se basa en el Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato.

Solicitud del procedimiento por seguir: Si usted como individuo perteneciente al entorno transmedia colombiano, acepta participar en el presente estudio, se le solicitará su aprobación para grabar durante la sesión de grupo focal, tomar fotografías y archivar en un dispositivo lo conversado únicamente para fines de la investigación.

Riesgos. Según la clasificación de la resolución 8430 de 1993, participar en el presente estudio, no contempla riesgo alguno porque no se consultará información relacionada con su integridad personal y los instrumentos que se aplicarán tratan aspectos sobre sus experiencias y conocimientos relacionadas con el entorno en transmedia colombiano.

Beneficios. Aportará de manera significativa a los estudios realizados hasta ahora relacionados con lo transmedial, así mismo, sus aportes serán tenidos en cuenta para la elaboración del libro resultado del proceso y servirán para los procesos de socialización finales.

Declaración de conocimiento y voluntariedad. La participación en el presente estudio es de carácter voluntario, por lo tanto si usted decide no participar, está en la completa libertad de realizarlo sin que esto genere una consecuencia, sanción o castigo en su contra. Si decide participar mediante el presente documento se compromete a participar del grupo focal al cual ha sido invitado para el desarrollo de la investigación. El participante declara que comprendió completamente la información entregada y formuló todas las preguntas que le sugieren, obteniendo una respuesta favorable y clara para su participación voluntaria.

Ciudad Bogotá Fecha: 9/03/2019 Hora 07:00 Yo: Alejandro Brito
con CC. 1010201939 de BK, declaro que Ana Teresa Arciniegas Martínez con CC. 52862315 de Bogotá me invitó a participar en la investigación: Transmedia en Colombia: Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato. He sido también informado que mis datos personales serán tratados conforme a la ley de tratamiento de datos.

Si tiene dudas puede comunicarse con el investigador principal, Ana Teresa Arciniegas Martínez al teléfono 3008272250, o al correo electrónico transmediaencolombia@gmail.com. Se da por entendida la información que se expone en este consentimiento, el objetivo del proyecto, en que se basa mi participación, los posibles riesgos y beneficios implicados, además de las dudas e inquietudes que fueron resueltas.

Firma del participante:

Protocolo de la investigación- consentimiento informado

De acuerdo con los principios establecidos en la resolución 008430 de octubre de 1993, este consentimiento informado tiene el propósito de solicitar su autorización para la participación en este estudio que se basa en el Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato.

Solicitud del procedimiento por seguir: Si usted como individuo perteneciente al entorno transmedia colombiano, acepta participar en el presente estudio, se le solicitará su aprobación para grabar durante la sesión de grupo focal, tomar fotografías y archivar en un dispositivo lo conversado únicamente para fines de la investigación.

Riesgos. Según la clasificación de la resolución 8430 de 1993, participar en el presente estudio, no contempla riesgo alguno porque no se consultará información relacionada con su integridad personal y los instrumentos que se aplicarán tratan aspectos sobre sus experiencias y conocimientos relacionadas con el entorno en transmedia colombiano.

Beneficios. Aportará de manera significativa a los estudios realizados hasta ahora relacionados con lo transmedial, así mismo, sus aportes serán tenidos en cuenta para la elaboración del libro resultado del proceso y servirán para los procesos de socialización finales.

Declaración de conocimiento y voluntariedad. La participación en el presente estudio es de carácter voluntario, por lo tanto si usted decide no participar, está en la completa libertad de realizarlo sin que esto genere una consecuencia, sanción o castigo en su contra. Si decide participar mediante el presente documento se compromete a participar del grupo focal al cual ha sido invitado para el desarrollo de la investigación. El participante declara que comprendió completamente la información entregada y formuló todas las preguntas que le sugieren, obteniendo una respuesta favorable y clara para su participación voluntaria.

Ciudad Bogotá Fecha: 9 de Agosto Hora 7 AM Yo: Alfredo Ángel
con CC. 7632620 de 57412072, declaro que Ana Teresa Arciniegas Martínez con CC. 52862315 de Bogotá me invitó a participar en la investigación: Transmedia en Colombia: Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato. He sido también informado que mis datos personales serán tratados conforme a la ley de tratamiento de datos.

Si tiene dudas puede comunicarse con el investigador principal, Ana Teresa Arciniegas Martínez al teléfono 3008272250, o al correo electrónico transmediaencolombia@gmail.com. Se da por entendida la información que se expone en este consentimiento, el objetivo del proyecto, en que se basa mi participación, los posibles riesgos y beneficios implicados, además de las dudas e inquietudes que fueron resueltas.

Firma del participante: Alfredo Ángel

Protocolo de la investigación- consentimiento informado

De acuerdo con los principios establecidos en la resolución 008430 de octubre de 1993, este consentimiento informado tiene el propósito de solicitar su autorización para la participación en este estudio que se basa en el Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato.

Solicitud del procedimiento por seguir: Si usted como individuo perteneciente al entorno transmedia colombiano, acepta participar en el presente estudio, se le solicitará su aprobación para grabar durante la sesión de grupo focal, tomar fotografías y archivar en un dispositivo lo conversado únicamente para fines de la investigación.

Riesgos. Según la clasificación de la resolución 8430 de 1993, participar en el presente estudio, no contempla riesgo alguno porque no se consultará información relacionada con su integridad personal y los instrumentos que se aplicarán tratan aspectos sobre sus experiencias y conocimientos relacionadas con el entorno en transmedia colombiano.

Beneficios. Aportará de manera significativa a los estudios realizados hasta ahora relacionados con lo transmedial, así mismo, sus aportes serán tenidos en cuenta para la elaboración del libro resultado del proceso y servirán para los procesos de socialización finales.

Declaración de conocimiento y voluntariedad. La participación en el presente estudio es de carácter voluntario, por lo tanto si usted decide no participar, está en la completa libertad de realizarlo sin que esto genere una consecuencia, sanción o castigo en su contra. Si decide participar mediante el presente documento se compromete a participar del grupo focal al cual ha sido invitado para el desarrollo de la investigación. El participante declara que comprendió completamente la información entregada y formuló todas las preguntas que le sugieren, obteniendo una respuesta favorable y clara para su participación voluntaria.

Ciudad Bogotá D.C. Fecha: 9 de octubre Hora: 7:00 AM Yo: ANITA OSORIO B.
con CC. 8003410 de B.F., declaro que Ana Teresa Arciniegas Martínez con CC. 52862315 de Bogotá me invitó a participar en la investigación: Transmedia en Colombia: Análisis de la producción, circulación, exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato. He sido también informado que mis datos personales serán tratados conforme a la ley de tratamiento de datos.

Si tiene dudas puede comunicarse con el investigador principal, Ana Teresa Arciniegas Martínez al teléfono 3008272250, o al correo electrónico transmediaencolombia@gmail.com. Se da por entendida la información que se expone en este consentimiento, el objetivo del proyecto, en que se basa mi participación, los posibles riesgos y beneficios implicados, además de las dudas e inquietudes que fueron resueltas.

Firma del participante: 