UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE COMUNICACIONES

PROGRAMA ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y

MEDIOS INTERACTIVOS

**Características diferenciales de los micro documentales diseñados para Redes
Sociales entre los años 2015 y 2018: el caso de Vice, Great Big Story y**

Nowness

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Comunicación Audiovisual y Medios

Interactivos

AUTOR(ES)

Tupac Yupanqui Palomino, Oscar (0000-0001-8079-651X)

ASESOR

Karbaum Padilla, Gerardo (0000-0002-8089-3640)

Lima, 25 de mayo de 2020

DEDICATORIA

Dedico esta investigación a mi familia. Gracias por ser luz.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a cada una de las personas cuya guía, soporte y afable apoyo hicieron posible la elaboración de esta tesis. De forma especial, agradezco a Gerardo Karbaum, por guiarme en la construcción de esta investigación.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación busca identificar las diferencias, a nivel de lenguaje audiovisual y de contenido, de los micro documentales diseñados específicamente para redes sociales. Para ello se analizarán piezas documentales de casas creadoras de estas producciones como Vice, Great Big Story y Nowness. A través de dicho análisis y la entrevista con documentalistas expertos en el tema se buscará descubrir si el documental en redes sociales tiene suficientes características propias como para ser considerado un nuevo género documental.

Palabras clave: Documental; redes sociales; Vice Media; Great Big Story; Nowness; José Balado; Jimmy Valdivieso; Facebook; YouTube.

Differential characteristics of micro documentaries designed for Social Media between
2015 and 2018: the case of Vice, Great Big Story and Nowness

ABSTRACT

The objective of this investigation is to find the differences, in the audiovisual language and in content, of the micro documentaries specially designed for social media. In order to achieve this, the author will analyze documentaries from companies focused in the media creation such as Vice, Great Big Story and Nowness. Through this analysis and the interviews with experts on the field, the investigation will attempt to discover if documentaries on social media are different enough, compared to the cinematic documentaries, to be considered a new documentary genre.

Keywords: Documentary; social media; Vice Media; Great Big Story; Nowness; José Balado; Jimmy Valdivieso; Facebook; YouTube.

TABLA DE CONTENIDOS

1	CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	1
1.1	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.2	ELECCIÓN DEL TEMA Y SUS FUNDAMENTOS	2
1.3	OBJETIVOS.....	3
1.3.1	Objetivo General.....	3
1.3.2	Objetivos Específicos	4
1.3.3	Supuestos	4
1.4	ANTECEDENTES	4
2	CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	7
2.1	EL DOCUMENTAL AUDIOVISUAL CONTEMPORÁNEO	7
2.1.1	Concepto de documental	7
2.1.2	Uso del lenguaje audiovisual en el documental contemporáneo.....	12
2.1.3	Aproximación a los contenidos del documental contemporáneo	17
2.2	EL CONTENIDO AUDIOVISUAL EN LOS MEDIOS DIGITALES	19
2.2.1	Características generales del contenido audiovisual en medios digitales.....	19
2.2.2	Tipos de contenido audiovisual en medios digitales	23
2.3	EL ESPECTADOR DE HOY	26
2.3.1	Acercamiento al nuevo espectador de redes sociales.....	26
2.3.2	Tipos de espectadores en las redes sociales.....	30
3	CAPÍTULO III: ESTRUCTURA METODOLÓGICA.....	33
3.1	FORMA DE INVESTIGACIÓN	33
3.2	ESTRATEGIA METODOLÓGICA.....	33
3.3	UNIDAD DE ANÁLISIS	33
3.4	UNIVERSO/POBLACIÓN Y MUESTRA	34
3.5	SELECCIÓN DE INFORMANTES	34
3.6	CRITERIOS DE SELECCIÓN	34
3.7	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	34
3.8	LIMITACIONES	35
4	CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	36

4.1	RECOJO DE INFORMACIÓN	36
4.1.1	Vice.....	36
4.1.2	Great Big Story	55
4.1.3	Nowness	72
4.2	ENTREVISTA A ESPECIALISTAS	88
4.2.1	José Balado	88
4.2.2	Jimmy Valdivieso	90
4.3	ANÁLISIS DE DOCUMENTALES	92
4.3.1	Vice Media	92
4.3.2	Great Big Story	94
4.3.3	Nowness	96
5	CAPÍTULO V: CONCLUSIONES.....	98
6	CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES	103
7	REFERENCIAS	104
8	ANEXOS	113
8.1	ANEXO 1.....	113
8.2	ANEXO 2.....	115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Ficha técnica "Pumping Iron with a Wheelchair Bodybuilder.....	38
Tabla 2: Ficha técnica Freedom: A Film About Death and Music.....	43
Tabla 3: Ficha técnica Feminist Club: Femme Feral.....	47
Tabla 4: Ficha técnica Posh Pete: The International Cocaine Trafficker	51
Tabla 5: Ficha técnica Hello Silence, my Old Friend.....	56
Tabla 6: Ficha técnica Launching Flowers into Outer Space.....	60
Tabla 7: Ficha técnica Dancing Like Warriors.....	64
Tabla 8: Ficha técnica Disney Meets Dalí.....	67
Tabla 9: Ficha técnica Scenes: México City Punks.....	73
Tabla 10: Ficha técnica Bulaq: Cairo's underground Sounds.....	77
Tabla 11: Ficha técnica Street Racers of the Caribbean.....	80
Tabla 12: Ficha técnica The God of DDR: Hiroyuki Inamura.....	84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Sistema de traslación discursiva de relatos	5
---	---

1 CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1 Formulación del Problema

Quizás el fenómeno más grande, a nivel de contenidos en el siglo XXI, ha sido el cambio que han sufrido las personas en la forma de consumo de estos. Un público que estaba acostumbrado a los medios tradicionales de información, tales como el cine, la televisión y la radio, se ha tenido que enfrentar a la revolución tecnológica digital y los cambios que esta supone. Es así como nacieron nuevas plataformas de contenidos, entre las cuales las más importantes, a nivel audiovisual, son Facebook y YouTube, sitios web que han tenido características propias en el contenido que difunde.

Pero este cambio, a nivel de medios de difusión y plataformas de comunicación, ha generado algo que se considera una constante en la historia audiovisual: la evolución de los medios tecnológicos propicia la evolución de los contenidos. Lo mismo que sucedió ante la invención de la televisión, y todos los cambios que esto produjo en la forma de generar contenido, ha sucedido los últimos años tras el ingreso del internet como plataforma digital de difusión. Los contenidos han empezado a cambiar y a adaptarse a las nuevas condiciones de los medios, en su intento por optimizarse y generar una mayor visualización.

Una de las formas de contenido que se ha enfrentado a estos cambios antes mencionados, es el documental. El documental es una forma de cine que posee características propias, tanto en forma como en contenido y que se diferencia de otros estilos debido a su cercanía con la realidad. Como todo estilo cinematográfico, el documental se ha ramificado tanto como lo ha hecho posible la imaginación de los directores, creando subgéneros y estilos diferentes de hacer una misma cosa: documentar.

De esta forma, el documental cinematográfico, al ser enfrentado a la aparición de las nuevas plataformas de difusión de contenido, se ha visto obligado a modificar su modo de realización, de forma que el producto final sea mucho más amigable con estos nuevos medios. Cambios como la duración y el contenido que se ofrece, han sido fundamentales para que hoy en día tenga el éxito que tiene en plataformas y redes sociales.

Este fenómeno se denota en las redes sociales. No es difícil ver que el documental cinematográfico está siempre presente, de una u otra manera, en el contenido habitual, e incluso tiende a resaltar entre los demás debido a la calidad de sus producciones, el documental está presente en muchas de las piezas que se realizan pensando en las redes sociales, desde proyectos de gran envergadura y amplio presupuesto hasta los más simples videos caseros que son realizados por personas sin ninguna instrucción audiovisual. De una forma u otra, todos poseen características propias del documental, por llamarlo de alguna manera, “tradicional”.

En tal caso, no debe verse a las nuevas plataformas como un peligro ante la naturalidad y pureza del estilo documental cinematográfico, sino más bien como una oportunidad para solucionar uno de los principales problemas propios de estas piezas: la dificultad para su difusión y visibilización. La aparición de las nuevas plataformas digitales debe tomarse como una oportunidad, un medio a favor de los productores de documentales cinematográficos.

Si se desea aprovechar al máximo las posibilidades de las nuevas plataformas, es indispensable conocer su funcionamiento, capacidades y oportunidades que ofrecen a través del estudio de casos de éxito y fracasos. Solo de esta forma puede generarse una curva de aprendizaje que beneficie a aquellos que incursionan en la realización de documentales.

De esta forma se llega al objetivo del presente trabajo de investigación, que tiene por fin analizar las principales características, tanto de forma como de fondo, de los micro documentales diseñados especialmente para redes sociales. Se pretende, al final de esta investigación, conocer qué características son propias de un documental optimizado para redes sociales, información que a futuro puede ser aprovechada por realizadores interesados en esta rama del documental.

Por ello el problema que se busca responder es ¿Cuáles son las características diferenciales, a nivel de lenguaje audiovisual y contenidos, de los micro documentales producidos por Vice, Great Big Story y Nowness para redes sociales del año 2015 al 2018?

1.2 Elección del tema y sus fundamentos

La importancia de este tema reside en su pertinencia ante la situación actual de los contenidos en redes sociales.

El ingreso de las plataformas digitales y las redes sociales han desencadenado un crecimiento exponencial en nivel de creación y visibilidad de contenido audiovisual. Hasta antes de plataformas como Netflix y YouTube, los medios de difusión de contenidos para los documentales han estado limitados a las salas de cine, festivales o salas de proyección independientes. Pero, a diferencia de la ficción, el cine documental ha encontrado en las redes sociales y las plataformas digitales un nuevo medio de exposición que multiplica las posibilidades pasadas.

Pero el hecho de ingresar a una nueva plataforma de difusión también significa adaptarse a ella, por lo que las producciones normales han tenido que reestructurar sus características para ser competitivas en los nuevos medios, esto, sin perder la esencia original que los caracteriza.

Aislar estas características propias de los documentales que circulan con éxito en las redes sociales serviría para tres objetivos principales: I) por un lado, sirve como “fórmula previa de éxito” que permitiría a los realizadores, adentrarse en el mercado con un mejor conocimiento del contenido que está presente en las redes sociales, para futuros proyectos; II) en segundo lugar, esta investigación permitirá extrapolar las características que se encuentren a otro tipo de contenidos como la ficción, cuyo desempeño en las redes sociales puede aprender de la experiencia del documental; y III) a partir de las características que se encuentren con esta investigación, se podrá conocer a los nuevos públicos, ávidos consumidores de contenido audiovisual. Este conocimiento puede extenderse a otras formas de realización con miras a otros medios de difusión.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Identificar las características diferenciales, a nivel de lenguaje audiovisual y contenidos, de los micro documentales producidos por Vice, Great Big Story y Nowness para redes sociales del año 2015 al 2018.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Reconocer el comportamiento de Vice, Great Big Story y Nowness en la difusión de sus micro documentales en las redes sociales del año 2015 al 2018.
- Conocer las principales características de los consumidores de contenido audiovisual en medios digitales del año 2015 al 2018 de los documentales producidos por Vice, Great Big Story y Nowness.
- Identificar las características diferenciales en el lenguaje audiovisual de los documentales producidos por Vice, Great Big Story y Nowness, diseñados para redes sociales.
- Identificar las características diferenciales en el contenido de los documentales producidos por Vice, Great Big Story y Nowness, diseñados para redes sociales.

1.3.3 Supuestos

El documental audiovisual diseñado para redes sociales posee características diferenciales, a nivel de lenguaje audiovisual y de contenidos, que optimizan su distribución a través de estos medios. Se puede hablar de un nuevo estilo de documental, que difiere de sus antecesores debido a los cambios que sufre por el medio de difusión al que está expuesto.

1.4 Antecedentes

Dentro de las limitaciones a las que se enfrenta este trabajo de investigación, se pueden identificar dos principales:

En primer lugar, la falta de investigaciones previas sobre el tema complica el manejo de información con la que se cuenta para alcanzar los objetivos de este trabajo. Si bien el documental no es un género nuevo en los medios digitales, la mayor parte de las investigaciones existentes se han centrado en el Webdoc, género que combina disciplinas audiovisuales y visuales para el desarrollo de la historia donde prima la interacción con el usuario, tema que no atañe directamente a esta investigación.

En segundo lugar, la cantidad de piezas documentales que circulan en la red y los diferentes sub estilos de documental para redes sociales que conviven en el mismo espacio, dificultan el estudio del documental en redes como un todo unificado. Por tal motivo se buscará recoger muestras representativas cuyas características sean transversales y que se apliquen en la gran mayoría del contenido objeto de esta investigación.

Sin embargo, algunas investigaciones ya muestran esbozos de la transformación de los contenidos una vez que ingresan a las redes sociales. Tal es el caso del artículo “Narrativas social media y el prosumidor mediático” (Karbaum, 2018), donde se analiza la transformación de la narrativa una vez que cambia el medio, en este caso, las redes sociales. De este trabajo se rescatan los siguientes puntos que se relacionan directamente con esta investigación: La narrativa de los relatos no es estática, está en constante evolución y adaptación según a los nuevos medios a los que se enfrenta. (Karbaum, 2018, p. 228). Al respecto, el autor propone un sistema de traslación discursiva de los relatos:

Figura 1. Sistema de traslación discursiva de relatos (Fuente: Karbaum, 2018, p. 231)

De este modelo se entiende que, la forma de narrar historias no solo se adapta a los nuevos medios para ser difundida, sino que la misma esencia del relato se transforma hasta crear una nueva forma de ser contada. En el caso específico de las redes sociales, esta tarea ha sido asimilada por los prosumidores, un tipo de público que ya no solo se dedica a consumir, sino que propone nuevas alternativas a las narraciones clásicas generando modelos propios. (Karbaum, 2018, p. 233)

De esta forma el autor demuestra dentro de sus conclusiones que: cada red social se convierte en un ámbito discursivo, brindando a los creadores la posibilidad de estructurar relatos multitextuales, hipervinculados y multidistribuibiles. Estas condiciones están sujetas a las cualidades que son intrínsecas a la red social que se utilice para comunicar el contenido. (Karbaum, 2018, p. 236)

Por su parte, Arnau Gifreu Castells (2013), en su tesis titulada el Documental interactivo como nuevo género audiovisual, hace un ejercicio muy parecido al de esta investigación al analizar los documentales interactivos o webdocs y proponer características propias que la puedan convertir en un nuevo género. Tras un análisis histórico sobre la evolución y transformación del documental tras exponerse a medios diferentes, el autor alcanza las siguientes conclusiones: 1) en los últimos años, la creación e documentales interactivos en la web ha ido en crecimiento, llegando a un punto bajo el cual ya se puede considerar un nuevo género, 2) la aparición de este tipo de documentales es producto de la convergencia entre el género, las redes sociales y las nuevas capacidades técnicas de la web, y 3) este nuevo género transformó las formas de producción distribución y exhibición de las piezas, cambiando también la relación que existe entre el consumidor y las personas que lo producen.

Este aporte es fundamental para esta investigación ya que demuestra dos cosas. Por un lado, verifica la posición de que un medio transforma la narrativa de un género cinematográfico de forma tan notoria que puede (y debe) ser considerado como un nuevo género, ya que este modifica toda la cadena de producción. Por otro lado, propone una serie de pasos a seguir para demostrar que un macro género ha acumulado las características suficientes como para llegar a diversificarse, estos pasos servirán de guía a lo largo de esta investigación para alcanzar el mismo propósito con otro tipo de contenidos.

2 CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 El documental audiovisual contemporáneo

Cuando los hermanos Lumiere, a fines del s. XIX, realizaron la proyección de la primera película en la historia del cine *La salida de los obreros de la fábrica (La Sortie de l'usine Lumière à Lyon, 1895)*, no solo habían empezado lo que hoy conocemos como séptimo arte, sino también el primer estilo característico de la disciplina cinematográfica: el documental. El continuo intento de diferentes autores por llegar a una definición clara de lo que es el cine de no ficción se ha visto en la obligación de recurrir a estudios y conceptos filosóficos, sociológicos, retóricos y etimológicos que, si bien han esclarecido las características básicas que afectan al documental, no han conseguido formular un concepto fijo y universal que pueda explicar el comportamiento de este género cinematográfico, y cada vez que algún autor se acerca lo suficiente a una definición general, aparece un nuevo estilo documental que discrepa con el comportamiento clásico del documental forzando a los autores a abrir nuevamente el debate. Lo que sí es cierto, es que se han formulado muchas definiciones del cine documental en la que todas apelan a características diferentes de este estilo sin que ninguna contradiga a la anterior, lo que crea un amplio marco de estudio para quien busca analizar este estilo.

De tal forma, este subcapítulo tiene por objetivo recoger las diferentes definiciones de cine documental y sus principales características a nivel de lenguaje audiovisual, estudio fundamental para la investigación que se propone posteriormente. Además, se busca llegar a una breve descripción del documental contemporáneo, donde la acepción de contemporáneo no hace referencia a un periodo de tiempo sino al estilo mismo del documental que se desarrolla en la actualidad. Toda esta información será de gran utilidad para entender el fenómeno de los documentales diseñados especialmente para internet.

2.1.1 Concepto de documental

Es muy complicado encontrar una definición que capture toda la esencia del cine documental y que, al mismo tiempo, explique sus características, es por ello por lo que en este apartado

se hará una revisión de las propuestas de algunos autores sobre el tema, con la intención de reunir los componentes básicos que expliquen las características de un documental cinematográfico.

Es necesario empezar esta conceptualización mencionando que el género cinematográfico del documental es una parte del macro-género de la *no ficción*, que agrupa otras formas de realización como el periodismo, el video ensayo, las películas científicas, videos educativos, etc. (Gifreu, 2015, p. 16-17). Siendo así, congrega a muchas otras expresiones audiovisuales con características comunes que trabajen en base a la realidad.

Uno de los principales investigadores de este tema es sin duda Bill Nichols (1997), quien hace una extensa descripción del documental e incluso postula cuatro modalidades o estilos de organizar estas piezas: 1) Modalidad expositiva, 2) modalidad de observación, 3) modalidad interactiva y 4) modalidad de representación reflexiva. Pero incluso con toda esta información, Nichols es consciente de la complejidad de su campo de estudio lo que se demuestra cuando concluye que “el documental como concepto o práctica no ocupa un territorio fijo” (Nichols, 1997, p. 42). Aun así, este autor se aventura a proponer una definición tripartita del documental, que surge a su vez del estudio de tres factores complementarios de una pieza audiovisual, que son el realizador, el texto y el espectador.

El documental visto desde el punto de vista del realizador hace referencia a una práctica de este estilo desde un punto de vista institucional (discursivo), en el que el objeto de estudio se define no por sí mismo sino por quienes lo realizan de tal forma que, en palabras del mismo autor, “en cierto nivel podemos decir que el documental es aquello que producen quienes se consideran a sí mismos documentalistas” (Nichols, 1997, p. 45). Esta definición funciona si se tiene en cuenta que Nichols identifica a los documentalistas como aquellos realizadores con un interés común por representar el mundo desde un punto de vista histórico, para lo que hacen uso de todas las herramientas que el lenguaje audiovisual pone a su disposición (Nichols, 1997, p. 60).

Por otro lado, el segundo eje de esta definición está cimentada en el punto de vista del documental a partir de un *corpus* de textos. Siendo el documental un estilo cinematográfico como tantos otros, está sujeto a características propias a su lenguaje audiovisual que incluye desde aspectos técnicos hasta la narrativa y trama en sí. Por lo tanto, como cualquier otro género audiovisual, se puede construir un código que permita definir cuando una pieza es

documental o no. Estas características incluyen factores como la dependencia de pruebas, el montaje probatorio, uso de testimonios y narraciones en concreto. Pero el autor niega que estas piezas se definan solamente a partir de sus características técnicas y narrativas por tres motivos principales: el género documental ha evolucionado y se ha reinventado de tantas formas y estilos que es casi imposible delimitar dichas características en piezas conceptuales y más artísticas; el género documental nace de un concepto mucho más profundo que una simple técnica narrativa, nace con la intención de representar la realidad y ya de por sí, este es un término sujeto a innumerables acepciones y discusiones, y, por último, éstas características no son necesariamente exclusivas del documental, ya que muchas de estas han sido adoptadas y utilizadas por autores de ficción. Por lo tanto, este punto de vista del género documental puede ser útil a un nivel básico, pero no consigue abarcar la profundidad que caracteriza a este género (Nichols, 1997, p. 43).

El tercer eje de la definición de documental ofrecida por Nichols (1997) está orientado al punto de vista del espectador. En este punto se plantea que, a través de la experiencia previa, el espectador firma un contrato imaginario con el documentalista, quien se compromete a entregar información verídica que la audiencia aceptará como tal. Es así como el documental explota una expectativa esencial del espectador: la necesidad de obtener información; una vez que el documental presenta su eje temático, la audiencia se predispone a obtener toda la información posible respecto a este tema, un ansia que se irá satisfaciendo a lo largo del desarrollo del documental. Por lo tanto, a partir del punto de vista del consumidor de documentales, este se define como una fuente de información que, por convención, ha de ser verídica (Nichols, 1997, p. 63). Es necesario reconocer que este punto de vista presenta las mismas dificultades que el anterior, ya que se vuelve a plantear la duda de si es que en verdad es posible que la realidad sea retratada como tal frente a una cámara, discusión que se desarrollará posteriormente, siendo resuelta esta pregunta de forma negativa.

En conclusión, Bill Nichols une estas tres definiciones sectorizadas del documental para generar otra con intención de universalidad. Para el autor, el documental debe su existencia a la *epistefilia*, un amor por el conocimiento que en algunos casos llega a ser más fuerte que el amor por la experiencia sensitiva. Por lo tanto, Nichols (1997) señala que se genera una relación entre los tres entes antes estudiados, de forma que:

[existe] (...) un ente organizativo que posee información y conocimiento, un texto que lo transmite y un sujeto que lo obtendrá. El que sabe (...) compartirá ese conocimiento con los que desean saber; ellos, así mismo, pueden ocupar el lugar del sujeto que sabe. (p. 62).

De esta frase se obtiene que el documental es un intercambio de información, que verídica o no, se acepta como tal; todo esto a través del uso de una serie de herramientas del lenguaje audiovisual usadas por un ente institucionalizado que en este caso distribuye la información.

Hasta este punto se ha analizado la definición del género documental según Bill Nichols, pero a esta definición se deben acotar algunos conceptos y revisiones necesarias para poder enmarcar lo que significa en verdad este *macro género*, como lo considera la autora Rosa María Ganga (2004), quien realiza un acercamiento de tipo histórico al documental identificando los cambios esenciales en cada época. Es justamente este acercamiento histórico el que se busca abordar en los siguientes párrafos, ya que, a pesar de no proveer de una definición general como lo hace Nichols, enmarca el desarrollo de este género y demuestra su evolución desde su nacimiento.

Ganga parte de la premisa de que el género documental, desde un punto de vista pragmático, es un texto que trasmite información; postura alineada a la de Nichols, contraponiéndose a la idea que tiene Gilles Deleuze (1987), para quien cine es un acto de resistencia atemporal y sin espacialidad, más que solo un medio de comunicación de información. Y al igual que este último, la autora reconoce que, aparte del punto de vista narrativo textual, es necesario realizar un estudio de la técnica documental, es decir, revisar este género a partir no solo de su concepción inicial, sino desde su puesta en práctica. Como todo el ámbito cinematográfico en general, el desarrollo del documental está determinado por dos elementos, la creatividad de los autores y el desarrollo tecnológico constante. Éste último viene afectando la práctica del documental en el presente tal como lo hizo en el pasado y como se demostrará a continuación.

Como se mencionó en la introducción de este subcapítulo, el cine documental nace con la primera proyección de los hermanos Lumiere y frena su desarrollo con la aparición del contenido de ficción impulsado por Georges Méliès a partir de su obra *Viaje a la Luna* (*Le*

voyage dans la Lune, 1902) quien demostró a los realizadores las posibilidades narrativas de aquel nuevo género. (Gifreu, 2015, p. 74).

No fue sino hasta los años veinte en que aparecen dos hitos del cine documental: la obra de Robert Flaherty, *Nanuk el esquimal* (*Nanook of the north*, 1922) y *El hombre de la cámara* (*Kinoapparaom de Cheloveck*, 1929) del documentalista Dziga Vertov. Ambas obras representan dos formas totalmente diferentes de concebir el cine documental, sin ser una mejor que la otra. Ambas obras no solo se diferencian en la ejecución técnica del lenguaje audiovisual, sino en la propuesta participativa del realizador frente a la realidad. Es así como, por un lado, Flaherty ensayaba y coreografiaba todas las acciones que sus personajes debían hacer ante cámara, representando su propia realidad (Gifreu, 2015, p. 18). Este es un claro ejemplo de lo que Nichols, posteriormente categorizaría como un documental expositivo, en el que al autor tiene una presencia clara dentro de la narración, generando dudas sobre el realismo de la pieza (Nichols, 1997, p. 69). Por otro lado, el estilo de *El hombre de la Cámara* de Vertov propone otra concepción del documental, que da lugar a otro de los modos del documental según Nichols, el modo interactivo. Dziga Vertov plantea la teoría del cine ojo:

Cine-ojo = Cine-yo veo (yo veo con la cámara + Cine-yo escribo (yo grabo con la cámara sobre la película) + Cine-organizo (yo monto).

El método del cine-ojo es el método de estudio científico-experimental del mundo Visible (...) (Romaguera y Alsina, 1989, p. 32-33)

A través de esta teoría, Vertov plantea una dicotomía entre la objetividad-subjetividad de una pieza, de tal forma que todo el material sea recogido intentando acercarse lo más posible a la objetividad, donde ningún movimiento ni posición sea planeado previo a la grabación, sin embargo, existe un segundo momento en el que el autor crea una nueva sensación totalmente alejada de la objetividad: el montaje. En este punto es imposible rehuir a la subjetividad, ya que el armado de las imágenes con una banda sonora dota de una intención a la pieza (Gifreu, 2015, p. 18).

Si bien existen diferencias muy claras entre los dos autores, ambos concuerdan en dos puntos fundamentales del documental: que todo material debe ser recogido en su propio terreno y, más importante, que la objetividad es un concepto imposible en la realización de un documental, ya que desde el momento en que un autor decide dónde colocar la cámara, dota a la pieza de una intencionalidad imposible de rehuir (Ganga, 2004, p. 472). Por lo tanto, este fundamento derrumba el mito del documental como un género que retrata la realidad, sino que representa el punto de vista de un autor sobre un personaje, en el sentido amplio de la palabra. Esta idea es también defendida por Bruzzi (2000), quien define al documental como “actos performativos cuya verdad solo surge en el momento de la filmación” (p. 4).

En conclusión, es inútil intentar llegar a una definición definitiva de lo que es el género del documental cinematográfico siendo este un macro-género cuyas características van evolucionando junto a la tecnología que se utiliza para su desarrollo; más aún en una sociedad caracterizada por la hibridación de sus elementos y costumbres. Sin embargo, sí se puede agrupar algunas características que una pieza audiovisual debe tener para ser considerada como documental. En este estudio no debe olvidarse la importancia tanto del origen conceptual e ideológico del género, sino también la puesta en práctica de ésta solo así es posible analizar un género cuya evolución es más rápida que sus estudios. Se recoge además una característica mencionada en la introducción, que cada pieza documental con un estilo nuevo fuerza al concepto a ampliarse cada vez más para incluir las tantas concepciones de los autores sobre este género.

2.1.2 Uso del lenguaje audiovisual en el documental contemporáneo.

Tan importante como conocer qué es el género documental cinematográfico, es saber cuáles son las herramientas de las que disponen los documentalistas para hacer realidad sus ideas. Siendo el documental un género de la disciplina cinematográfica, utiliza el lenguaje audiovisual para materializar la intención de su autor. Dentro del lenguaje audiovisual se encuentran todas las posibilidades técnicas y narrativas que posee una pieza, entre estas se encuentran 1) la temporalidad de una historia, 2) la aplicación de la banda sonora, 3) el uso o no de narradores, 4) la posición de la cámara y 5) sus especificaciones técnicas, etc. En este subcapítulo se estudiará cuáles son las características diferenciales del género

documental a nivel de lenguaje audiovisual, y que lo separan de la ficción. Tal objetivo se trabajará desde dos puntos de vista, en primer lugar, se analizarán las diferencias a nivel narrativo de la ficción y la no ficción, para después conocer los aspectos técnicos que, si no son exclusivos, son mucho más comunes en los productos documentales que en otros géneros cinematográficos.

Arnau Gifreu-Castells, autor de *Evolución del concepto de no ficción. Aproximación a tres formas de expresión narrativa* (2015) incluye en su artículo una propuesta de diferenciación de las características narrativas de la *ficción y la no ficción*. Esta comparación genera un marco útil para aplicar dichas diferencias al género documental. Si bien el autor no incluye en su análisis las características técnicas, será un gran aporte hacia la narrativa. Para Gifreu, la diferencia que llama más la atención entre ambos macro-géneros audiovisuales es la capacidad de romper con la linealidad o flujo del espectador. Es así como la estructura narrativa de un producto de *no ficción* posee “orden más libre, estructura no lineal. Historia central con satélites que la enriquecen, complementan o expanden.” (p. 24); mientras que la *ficción* “tiende a un orden secuencial lineal, una historia con estructura narrativa” (p. 24).

Por otro lado, Aida Vallejo (2013, p. 3), en su artículo llamado *Narrativas documentales contemporáneas. De la mostración a la enunciación*, hace un recuento de las diversas formas de enunciación que existen en los productos documentales, por enunciación ella hace referencia a cualquier forma de mostrar el punto de vista del autor. Para ello, Vallejo hace un recuento de las herramientas de enunciación clásicas de elementos de *no ficción*, tales como el reportaje periodístico para, posteriormente compararlos con las posibilidades audiovisuales del documental cinematográfico.

Una de las posibilidades para que el autor esté enunciado dentro de la obra es a través del *voice over*, o también llamado *voz de Dios* que usualmente se hace presente en el modo expositivo planteado por Nichols (1997). Este elemento consta de una voz guía incorpórea que va acompañando las imágenes junto al relato de todos los hechos. Esta herramienta, propia en un inicio del documental, ha sido incorporada en algunas obras de ficción para ser aprovechada en el desarrollo y claridad de las historias. Es cierto que este elemento ha sido usado vastamente desde el nacimiento del documental, razón por la cual se ha ido reemplazando con otros métodos menos invasivos y con menor notoriedad. (Vallejo, 2013, p. 12-13).

Otra herramienta de enunciación propia de la no ficción es el uso de información impresa, los elementos gráficos. Estas sobre impresiones pueden ser usadas para presentar personajes, avanzar en la narración, o presentar localizaciones (Vallejo, 2013, p. 13). De igual forma, el montaje puede ser una forma menos notoria de enunciar al autor. Esto se logra a través de la construcción de figuras retóricas. Este punto es relativo y roza el límite de la subjetividad, pues desde el punto de vista, toda decisión realizada por el autor en la pieza puede translucirse como una forma de enunciación, ergo, todo el documental es un resultado del ejercicio de enunciación.

Estas tres herramientas vistas son propias del macro-género de la *no ficción*, pero no son exclusivas del documental. Empero, debido a la constante búsqueda de una enunciación mucho más sutil dentro del documental, se han buscado otras herramientas que cumplan con el mismo objetivo sin ser tan invasivas, lo que la autora llama “Mostración. Del cine observacional a la reconstrucción.” (Vallejo, 2013, p. 14). Por mostración, la autora propone dejar de usar estos elementos enunciativos que descolocan la atención del espectador sobre la obra misma y reemplazarlos por modos más audiovisuales y sutiles como lo serían los siguientes.

La primera de estas herramientas es la imagen observacional, que hace referencia al modo observacional del documental planteado por Nichols (1997). En este estilo documental no es necesario tener un locutor que narre los hechos, siendo la cámara la que asume esa posición narradora con la menor intervención posible. Una suerte de “mosca en la pared” (Vallejo, 2013, p. 32).

Otra herramienta, utilizada por Flaherty de forma constante es la reconstrucción como imitación y esta es utilizada tanto por la *ficción* como por la *no ficción*. En la forma indicativa del documental, la intención de reconstruir significa representar la realidad con la mayor fidelidad a los hechos posible, generando una paradoja pues es una imitación aceptada como realidad. Esta herramienta solo funciona siempre que exista una convención figurativa entre el documentalista y el espectador donde el segundo acepte como cierta toda imagen reproducida por el primero, aceptando incluso la paradoja de la representación. (Vallejo, 2013, p. 23).

Muy aparte de estas dos opciones, la forma clásica de enunciación y la mostración planteada por la autora, se explora la posibilidad de otros dos entes que dirijan la narración del

documental. Estos serían la voz de los personajes, que trabajadas con un guion no invasivo pueden otorgar toda la información que el autor desea enviar de forma sutil; y una combinación entre la enunciación y la mostración, mucho más difícil de trabajar, ya que propone que diferentes medios se dirijan al espectador sin ser tan directos como el *voice over*. Esta segunda herramienta puede usarse, por ejemplo, otorgando información a través de medios ya presentes en el relato, como televisores, radios, periódicos, etc.

Es así como Vallejo propone un trabajo mucho más sesudo al momento de la entrega de información dentro de un documental, de forma que esta no sea invasiva. Aun así, es necesario tener en cuenta un elemento que ha sido usado durante mucho tiempo por los géneros no ficcionales como el reportaje y el documental que hasta ahora sigue en vigencia dependiendo de su uso. Este es el uso de las llamadas *cabezas parlantes*, o *talking heads*, que, si bien se recomiendan cada vez menos para los documentales, son la forma más directa entregar información a la audiencia sin la necesidad de mostrar un intermediario (Vallejo, 2013).

Para exponer el punto de vista de un tercer autor respecto al lenguaje audiovisual utilizado por el género documental, se regresará a *La representación de la realidad* de Nichols, quien da un acercamiento a ciertas características en el lenguaje que diferencian a la *no ficción* de la *ficción*. Es necesario recalcar que, tal como lo hace el autor, es complicado analizar todos los estilos de lenguaje audiovisual que se utilizan, debido a su amplitud, es por ello que se hará una generalización que, si bien no aplicará para todos los documentales, lo hará para una parte muy representativa.

En primer lugar, está la estructura narrativa de una pieza. La *ficción* suele tener una estructura Aristotélica de tres actos en la forma de contar sus historias, inicia presentando la espacialidad y temporalidad de la historia, al igual que la normalidad de los personajes que seguiremos durante la historia, acto seguido se llegará a un *plot point* en el que la normalidad del personaje se romperá poniéndolo en conflicto, entonces dicho personaje empezará a sufrir las peripecias para recuperar su estado de normalidad o crear una nueva normalidad, esto hasta el segundo *plot point* que lo acerca a su objetivo; en un tercer acto Aristotélico, el personaje recuperará su antigua normalidad o creará una nueva. En cambio, en el género documental, Nichols (1997) postula una estructura clásica que muchas piezas presentan:

En el documental, una escena típica establece el tiempo y lugar, así como un nexo lógico con escenas anteriores; presenta la naturaleza probatoria de alguna porción de una argumentación más amplia como ilustración (...) y acaba con sugerencias sobre la búsqueda de una solución puede llevar a otra escena, en otro tiempo o lugar. (p. 49)

Como se ve en la estructura presentada por Nichols (1997), el género documental tiene una narrativa más cercana a un proyecto de investigación que a una pieza de *no ficción*. Es necesario recordar que esta es una generalización, ya que se puede presentar muchas excepciones a esta estructura, sin que eso signifique la falsedad de esta teoría.

Por otro lado, el estilo de edición del género documental también puede ser un punto de comparación entre los géneros en estudio. En tal forma, la edición de la ficción se caracteriza por tener siempre presente la necesidad de una continuidad visual y narrativa que asegure una linealidad en la historia. Sin embargo, el género documental es más permisivo respecto a la continuidad visual, ya que esto le asegura una continuidad en la narración. Al respecto dice Nichols (1997): “Esta definición de documental centrada en el texto queda implícito el supuesto de que los sonidos y las imágenes se sostienen como pruebas y son tratados como tales, en vez de como elementos de una trama” (p. 50-51).

Una tercera característica representativa del género documental es la importancia de la palabra hablada. Esta característica diferencia al género documental de la ficción, ya que la palabra hablada, ya sea voz en *off*, entrevista o comentario de los personajes, dotan a la pieza con un aire de autenticidad que invita al espectador a confiar en la información que se le está entregando; a comparación del género de la *ficción*, donde los autores buscan generar sospechas sobre los personajes y están en el constante juego de mostrar-ocultar datos decisivos para la historia y donde el recurso más usado es el diálogo entre los personajes. (Nichols, 1997, p. 62).

Estas características, que generan una sensación de realismo en el documental, han sido utilizadas por diferentes piezas de *ficción*, inspirando el estilo del realismo, que aprovecha estas y muchas otras herramientas del lenguaje audiovisual para dotar de realismo a sus obras cinematográficas.

2.1.3 Aproximación a los contenidos del documental contemporáneo

Para entender el tipo de contenidos que hoy se trabajan en los documentales actuales se deben abordar primero dos temas esenciales que se relacionan a modo de agravante-consecuencia: éstas son la presencia de tecnologías en el desarrollo del género documental, que es un catalizador de lo que ha devenido en esta disciplina hacia estos últimos años, la hibridación del documental. Para hacer la revisión de ambos fenómenos recurriremos a Rosa Maria Ganga y Arnau Gifreu.

En primer lugar, es necesario reconocer un elemento que ha acompañado la realización cinematográfica desde su nacimiento y que ha tomado una mayor relevancia en la actualidad; esta es la tecnología. Desde un punto de vista técnico, la tecnología está presente en los tres momentos claros de la realización cinematográfica, la preproducción, producción y la posproducción; siendo estos los momentos clásicos al aplicar la tecnología. Es así que hoy en día tenemos islas de edición profesionales que pueden caber en un escritorio y calidades de imagen que superan la capacidad del mismo ojo humano. Sin embargo, es más coherente para esta investigación notar que la tecnología se ha extendido a un cuarto elemento de la realización: la distribución (Ganga, 2004, p. 477).

En los últimos años, la aparición de tecnologías como “la emisión vía satélite digitalizada o por cable, la emisión y recepción *pay per view*, la televisión de alta definición y el internet” (Ganga, 2004, p. 477) han hecho más que simplemente difundir los productos audiovisuales de los autores, sino también han transformado al mismo producto, haciéndolo amigable con el soporte al que se dirige.

Según Godoy (2015), existen algunas consideraciones que deben tenerse en cuenta para poder entender el desarrollo del documental contemporáneo actual, etapa que abarca aproximadamente los últimos quince años del documental. Este autor propone que en este último tiempo el término “documental” es insuficiente para englobar las nuevas propuestas y estilos que han evolucionado desde el documental clásico, por lo que propone llamarlo simplemente “no-ficción”. A su vez, Piedras (2010, citado por Godoy, 2015), propone algunos puntos a considerar en este nuevo estilo documental, que son los que siguen:

- La presencia del *direct cinema* y el *cinéma vérité* liberaron al documental de estilo tradicional, permitiéndole evolucionar hacia nuevas propuestas audiovisuales de las cuales el realizador toma una nueva relevancia al enfrentarse con su entorno.
- El avance tecnológico ha sido importante tanto para la mejora técnica de los productos documentales como para la democratización de este arte, lo que significa una mayor cantidad de documentalistas con nuevas propuestas.
- La presencia *performativa* del documentalista toma una nueva relevancia, y convierte al documental en una experiencia del “yo” en el que el realizador se convierte en un personaje en las historias.
- La herramienta documentalista en Latinoamérica significa una posibilidad para plasmar una verdad histórica propia de la ideología latina.

El autor Godoy (2015) revisa también características narrativas del documental contemporáneo que permiten su entendimiento.

- Se potencia el documental autobiográfico. La presencia del documentalista como eje central del documental se hace más común y explorada.
- Aparece la posibilidad del *found footage*, estilo en el que se reinterpreta material original con la intención de darle un nuevo significado. Deconstruir y dotar de nuevas ideas y significados al material de archivo.
- La aparición de falsos documentales ya no trabaja sobre las tomas dentro del documental, sino analizan al documental mismo. Surgen preguntas sobre la objetividad del documental y si esta existe en lo absoluto, centro de discusión de estos productos audiovisuales.

Estas características revisadas por Godoy generan un marco referencial corto, pero efectivo, sobre lo que significa hablar del documental contemporáneo, donde el eje central está situado en el avance tecnológico, que indefectiblemente resulta en la evolución de la disciplina documental.

2.2 El contenido audiovisual en los medios digitales

Al hablar del documental diseñado para redes sociales, nos enfrentamos a un producto audiovisual con características propias tanto en la narrativa, como en contenido y producción, sin embargo, no deja de ser un contenido audiovisual que, al ser diseñado para funcionar a través de redes sociales, ha adquirido algunas otras características propias del medio donde se distribuirá. Tal como se vio en el anterior subcapítulo, muchas veces los contenidos audiovisuales terminan siendo modificados por las tecnologías y medios de difusión, lo que es el objeto de estudio de esta investigación. Por lo tanto, tan importante como conocer las características del documental contemporáneo que rigen el desarrollo de estos productos, es conocer el comportamiento del contenido que ha nacido en redes sociales y que hoy en día es considerado como funcional. Solo así se podrá contrapesar las características de uno y otro en busca de un punto de equilibrio en el que ambos se apoyen con el objetivo de generar mayor (y también mejor) visualización por parte de la audiencia.

Es así como en este subcapítulo se estudiará el contenido audiovisual en redes sociales sin importar el género al que pertenezca, ya que se pretende hacer un mapeo del funcionamiento del medio más que del producto en sí. Para ello, este punto se dividirá en dos tangentes: en primer lugar, se analizarán las características generales del contenido audiovisual presente en redes hoy en día, tanto a nivel técnico como de contenido y lenguaje audiovisual, a modo de crear una imagen promedio de estos videos; y, en un segundo momento, se propondrá una clasificación del contenido que se puede encontrar en redes hoy en día, a modo de catálogo de estilos y géneros audiovisuales que puedan ordenar el sin fin de videos disponibles en internet en la actualidad.

2.2.1 Características generales del contenido audiovisual en medios digitales

Los videos presentes en las redes sociales hoy en día, por más variados en contenido que puedan llegar a ser, tienen puntos en común, en su mayoría técnicos que los hacen funcionales en estos medios. En este punto se trabajará principalmente con el trabajo titulado “La web Audiovisual” (Bartolomé, Grané, Mercader, Pujolà, Rubinstein & Willem, 2007), donde los autores describen la situación actual del sector audiovisual en internet.

Para empezar a discutir sobre el contenido de las redes sociales, se debe tocar indefectiblemente las cualidades de la red 2.0, sistema caracterizado por generar contenido enfocado en el usuario final. La discusión de la web 2.0 nace con Tim O’Reilly y Dale Dougherty, quienes en una lluvia de ideas realizada durante una conferencia arrojan esta posible etiqueta para describir una red que une tendencias económicas, sociales y tecnológicas, generando un medio más abierto y con enfoque en el usuario final (Polo, 2009, p. 3). Sobre esta postura, Nafría (2007) incluye un punto importante para la web 2.0 y del que ahora depende en gran parte su funcionamiento y sostenibilidad: “... [En la web 2.0] prima el usuario, quien se convierte en el “rey” de la red, puesto que pasa a ser un creador y generador de contenidos y servicios”. Este planteamiento sintetiza un efecto importante de la nueva red, y es que el usuario, que hasta ese entonces solo era un ente pasivo que recibía contenido y servicios, se ve en la posibilidad de ser también creador y difusor de sus creaciones a través de la web. Este nuevo tipo de consumidor se convierte en un “prosumidor”.

Este término aparece por primera vez en el libro “La Tercera Ola” (Toffler, 1979), donde se plantea una sociedad futurista en la que los ciudadanos, hasta entonces consumidores deciden levantar su voz con la esperanza de también ser escuchados. Esta definición es usada en la actualidad para calificar a un nuevo público activo en la web, que tiene nuevas características en su actividad: posee más posibilidad de estar informado, tiene la voluntad de crear y de ser expuesto, tiene capacidad de remuneración por su actividad en línea, mayores ansias por exponer su opinión y puntos de vista, facilidad de comparación y es más exigente con los productos y servicios que recibe (Bretau, 2014). Estos conceptos se desarrollarán a profundidad en el subcapítulo 2.3.1.

Es este nuevo prosumidor el que genera un sistema social en el que el cliente, internauta o consumidor se convierte en el centro de atención de todo el contenido, llegando a su apogeo

en el año 2006, cuando la portada de la revista Time del 25 de diciembre de ese año elige a todos los internautas como personajes del año, debido a la nueva imagen y presencia social que habían construido (Time, 2006).

Ante este nuevo paradigma de creación de contenido en el que prima el realizado por los prosumidores, empieza un proceso de prueba – error - evolución a través del cual se van experimentando con videos en redes sociales estudiando al nuevo público y generando tendencias. Esto persiste hasta la actualidad, en la que algunas características han quedado mercadas como pilares que, si bien no son obligatorios para todo contenido, de alguna forma han probado tener éxito en las nuevas plataformas digitales. Bartolomé *et al.* (2007), plantean cuatro características audiovisuales de los contenidos en el web, estos son los siguientes:

- a) Los clips de corta duración: Hacer videos de corta duración ha probado ser un recurso de gran ayuda al momento de generar videos para redes debido a que estos son mucho más fáciles de gestionar debido a sus características técnicas, como el menor peso y su facilidad de producción. Por otro lado, la corta duración de los videos facilita mantener la atención del espectador frente a una red llena de estímulos constantes. Sin embargo, hacer videos de reducida duración complica la capacidad comunicativa del mismo, ya que ante un tiempo menor el contenido tiene a ser igual de pequeño.

- b) Nuevos formatos de pantalla: La transmisión de video siempre debe atender a la necesidad de las plataformas, así como en televisión se empezó con un formato 4:3, hasta llegar al 16:9 del cine actual. En redes sociales, más que el tamaño, la orientación del video suele ser más orgánica, debido a que mucho del contenido es grabado directamente con el celular, de tal forma que es tan común encontrar video en formato horizontal como vertical y con formatos diversos. Es más, estos últimos

años se ha visto una creciente tendencia por realizar los videos profesionales en formato vertical, formato relegado solo al *fanfootage* hasta hace cierto tiempo.

- c) El ritmo, la progresión, la continuidad: Estos factores han cambiado todas sus reglas en redes sociales. En el caso del ritmo, por ejemplo, siempre se habló de ritmo interno y externo, el primero determinado por la velocidad de las acciones frente a cámara y el otro marcado por la edición de la pieza. Sin embargo, en plataformas como las redes sociales donde varias imágenes están superpuestas al mismo tiempo con información diferente en cada ventana, gran parte de este ritmo se ha roto en pro de un nuevo sistema que aún no llega a entenderse por completo. Si existe una certeza al respecto es que la mayoría de los videos en redes opta por tener un ritmo muy rápido de edición, en busca de llamar la atención sobre el material contra el que compete. Lo mismo ha sucedido con la progresión y la continuidad de la historia, al tener las redes sociales mucho contenido creado por personas sin mucho conocimiento de realización audiovisual, los saltos de continuidad y progresión narrativa han sido ignorados creando un nuevo estilo, donde el contenido prima sobre la pureza técnica.
- d) La interactividad: Esta característica es quizás una de las principales al analizar la web 2.0 debido a que los consumidores están en la potestad de calificar y dejar en claro su posición frente a los contenidos que experimentan. Si bien ha habido muchos intentos de generar interacción a través de la manipulación directa del contenido audiovisual determinando por ejemplo la dirección que habrá de tomar la historia, estos no han sido tan relevantes como se quisiera; sin embargo, otro tipo de interacción “indirecta” está presente en la capacidad de calificar y comentar los

videos de otros usuarios en redes sociales. Esta cualidad tiene más poder del que uno podría imaginar, ya que a través de estos se determina el futuro de los contenidos posteriores y su modo de realización.

Estas son algunas de las características más notables y comunes encontradas en el contenido audiovisual presente en redes sociales, sin embargo, se considera que faltan algunas características desarrolladas los últimos años, tema que será desarrollado en el próximo capítulo.

2.2.2 Tipos de contenido audiovisual en medios digitales

Las redes sociales son, sin lugar a duda, una de las fuentes de contenido audiovisual más variado que puede existir y eso hace que sea una tarea muy complicada intentar clasificar el material disponible. En este sub capítulo se buscará catalogar los contenidos de los productos audiovisuales de las redes sociales. Sobre este tema se consultará como fuente principal el trabajo de Juan Patricio Pérez Rufi y Francisco Javier Gómez Pérez, quienes hacen este trabajo en base a los videos de YouTube, que se puede usar como modelo general por ser una de las plataformas de video principales en la red.

Dichos autores inician su clasificación mencionando que los factores que determinan un formato audiovisual son el material, la estructura y el estilo, base sobre la cual catalogan los contenidos. Además, mencionan que, a diferencia de un contenido multiplataforma, el contenido diseñado directamente para redes sociales no busca redirigir al consumidor hacia otros contenidos, sino que el video en sí ya es el producto final (Gómez y Pérez, 2013, pp. 7). La clasificación es como sigue:

- El remix: este estilo consiste en la creación de un producto audiovisual a partir del material de otros autores, ya sea con su consentimiento o no. Estos son usualmente de corta duración y optan por el uso del humor como gancho de interés
- El *fandom*: que va muy de la mano del *remix*, consiste en la creación de un contenido a partir de una o varias piezas de otro autor, sobre el cual construye

una narración. En este caso, el término *fan* es entendido como “seguidor activo” de algo alguien.

- Habilidades artísticas: en este género de videos, los prosumidores exponen su capacidad en diferentes ámbitos, artística o deportiva, por ejemplo.
- El video blog testimonial: Este es quizás uno de los géneros “puros” que nació junto al boom del contenido audiovisual en redes y es característico de un prosumidor de la web 2.0. Este suele ser un testimonio audiovisual del día a día de las algunas personas, a modo de blog audiovisual. El estilo y tratamiento dependerá del *vlogger*.
- *Webisodes*: Este tipo de videos es quizás el que permite un mayor trabajo a nivel audiovisual ya que es el equivalente a una serie televisiva con salvedades como una duración más corta y una línea narrativa menos densa. Aun así, este tipo de contenido puede ser realizado por industrias profesionales de contenido, que las crean como el complemento en web de sus series televisivas; aunque también puede ser realizado por cualquier otro usuario.
- *Sketches*: Estas son piezas de humor donde se parodian personajes o situaciones ya existentes, con un fin de entretenimiento y crítica. Estos, a diferencia de los *webisodes* no tienen necesariamente una continuidad narrativa entre capítulo y capítulo,
- Tutoriales: Este género ha estado en constante crecimiento desde su aparición en redes determinando incluso el comportamiento de la generación Z, quienes los consumen de forma masiva. En estos videos, se guía al usuario sobre el uso de diferentes productos, construcción de elementos, recetas de cocina, apreciaciones sobre productos de estreno, etc. Están considerados como video instructivos también.

- *Gameplay*: el sector de los videojuegos instauró otro género de gran importancia en las redes alrededor del año 2012, este es el *gameplay*, videos donde se demuestran las capacidades del realizador para resolver videojuegos.
- Registros documentales: Este último género propuesto por Gómez y Pérez, recoge todo tipo de grabación no ficcionalizada, muchas veces cercana al *reality-show* o a las crónicas periodísticas. Este tipo de videos por sí mismo terminan hibridizándose con muchos otros que no son técnicamente definidos como géneros, lo que dificulta su clasificación.

Si bien estos no son todos los géneros que pueden encontrarse en internet, los citados anteriormente son los más representativos de la red y comparten características que los hacen casi exclusivos de este medio, ya que su funcionamiento se complicaría en los medios usuales de difusión de contenido.

En busca de una segunda clasificación, está también el trabajo de Cheng, Dale y Liu (2008) quienes recogen la categorización propia del servidor de videos YouTube, de quienes se obtiene las siguientes cifras:

Del total de videos en esta red, la categoría con mayor cantidad de videos es la de Música, con un 22.9% del total; a este le siguen los videos de Entretenimiento, con 17.8%; Comedia, con 12.1%; Deportes, 9.7%; Películas y Animación, 8.4%; Personas y Blogs, 7.4%; Gadgets y Videojuegos, 7.3%; Noticias y Política; 4.3%; Automóviles y Vehículos, 2.5%; Viajes y Lugares, 2.2%; Tutoriales y Hazlo tú Mismo, 2.0%; Mascotas y Animales, 1.9% (Cheng *et al.* 2008, pp. 3)

De estas estadísticas se obtiene que los tres primeros puestos en cantidad de videos en la red están relacionados de una forma u otra con el entretenimiento, lo que sugiere una fuerte inclinación de los consumidores por este tipo de contenido, mientras que otros géneros como el informativo y los instructivos quedan relegados a una cantidad, si bien no pequeña, resulta menor.

En conclusión, a través de ambas clasificaciones se observó un componente importante y transversal a todos los géneros, que es el entretenimiento. No es una regla, pero es útil conocer que aquellos videos con fines de entretenimiento tienen una mayor cabida dentro de las redes sociales y, por lo tanto, abarcan la mayor parte de este mercado de contenido audiovisual.

2.3 El espectador de hoy

Tras el boom de la red 2.0 y la aparición de las redes sociales, no solo se ha transformado el contenido, como se analizó en el subcapítulo 2.2, sino que también los consumidores han sufrido cambios en su comportamiento y preferencias en la red. Es así como las costumbres de la audiencia televisiva son totalmente diferentes a la audiencia de redes sociales a las que acceden a través de móviles y computadoras. Las costumbres de consumo, horarios, frecuencia, etc., han variado en su totalidad. Por lo tanto, es importante para esta investigación conocer al público al que se enfrentan los nuevos contenidos, para así entender el porqué de muchas características de los documentales diseñados para redes sociales.

En este subcapítulo se analizará a este público en dos puntos. En un primer momento, se buscará crear una definición y descripción general de este nuevo público, incluyendo sus costumbres de consumo y producción de contenido. En un segundo momento, se buscará proponer una categorización de estos nuevos públicos, para conocer qué tipos se han generado en los últimos años, ya que sería errado presuponer que todos tienen un mismo comportamiento mediático.

2.3.1 Acercamiento al nuevo espectador de redes sociales.

Los nuevos espectadores de las redes sociales han nacido junto a la explosión de estos medios de comunicación digitales y ese cambio ha ido más allá de solo las costumbres de consumo de todo tipo de contenido, porque que ha transformado a las personas en su modo de vida, interacción interpersonal e incluso en su autopercepción y desarrollo intrapersonal.

Es así como surge un cambio generacional y se crea una nueva generación que se denomina Millennial o Generación Y, debido a que viene después de la generación X (Stein, 2013). Como se expuso anteriormente, esta generación ha creado un nuevo tipo de consumidor, uno activo que hace lo necesario para ser escuchado y producir contenido: los prosumidores (Sánchez & Contreras, 2012).

Entender a la nueva audiencia en su comportamiento diario significa entender a esta generación millennial como los prosumidores en los que se han convertido. Para lograr este objetivo, este subcapítulo describirá a ambos grupos, con los elementos característicos de su comportamiento tanto fuera como dentro de las redes sociales. Para ello se revisará el artículo escrito por Joel Stein en 2013 para la revista “Time” y el trabajo realizado por Jaqueline Sánchez Carrero y Paloma Contreras Pulido (2012), quienes analizan a los prosumidores y sus actividades en redes.

Joel Stein, en su artículo “*Millennials: the Me Me Me Generation*” (2013), presenta a esta nueva generación como un grupo humano narcisista, gregario, aunque impersonal, disperso, entre otras cosas. Si bien este punto de vista parece totalmente crítico y negativo, Stein deja ver que justamente esas características consideradas indeseables terminan siendo puntos a favor de esta nueva generación.

Para empezar, esta generación está determinada por dos factores, en primer lugar, su año de nacimiento, el cual se estima entre los años 1980 y 2000 y, en segundo lugar, su nivel de exposición al internet, ya que este es un factor determinante en la pertenencia a este grupo (Gómez, 2015, p. 2). Este término es presentado por primera vez por Neil Howe y William Strauss en el año 2000 en la obra “*Millennials Rising: The Next Great Generation*”. Dichos autores utilizaron el término para calificar a aquellas personas cuya interacción con las tecnologías digitales se hizo tan constante e importante que ya es imposible concebir un estilo de vida sin ellas, esta alta exposición a dichos medios genera una mediatización de su relación comunicativa e informativa (Gómez, 2015, p. 2)

Una de sus principales características es ser considerados nativos digitales, dado que no han tenido que adaptarse a los nuevos medios, ya que han crecido y evolucionado junto a ellos, a diferencia de generaciones anteriores que si se han visto forzadas a atravesar un proceso de adaptación a dichas tecnologías (Gómez, 2015, p. 3). Otra característica de esta generación es la hiper conectividad y la ruptura de fronteras entre ellos. Si bien la generación

de cada país tiene características diferentes, todos ellos se han ido homogeneizando debido a la capacidad de exposición y visualización de contenido internacional sin problemas. Esto es fruto de la globalización (Stein, 2013).

Según estadísticas, Stein (2013) demuestra que el desorden de personalidad denominado narcisismo es tres veces mayor en la generación millennial, a comparación con otras previas como los *baby boomers*. Esta característica determina el comportamiento de este grupo poblacional, ya que muchos de ellos tienen una imagen propia sobrevaluada debido a constante exposición en medios, haciendo, por ejemplo, que el 40% de ellos creen merecer ser promovido de su puesto cada dos años, independientemente de su desempeño.

Otro cambio sustancial en esta generación es la interacción intrapersonal que desarrollan. Contrario a lo que se dice, los *millennials* son el grupo más conectado y con mayor interacción entre personas, la diferencia es que dicha interacción se da a través de una pantalla. Esta constante conexión ha generado un constante estado de ansiedad en los jóvenes. Se calcula que el 70% de ellos revisa su celular cada hora con la esperanza de interactuar con otra persona a través de él. Este fenómeno de estar siempre en exhibición ha hecho que cada uno de ellos tenga que trabajar su imagen al nivel de una marca. En redes sociales se desarrolla una constante competencia de imagen, en la que cada uno debe demostrar estilos de vida no necesariamente ciertos para mantenerse al nivel de los demás. Más que promover un estilo de vida exitoso, esta costumbre ha resultado en el aumento de la ansiedad en los jóvenes (Stein, 2013). Otro efecto, que quizás sea uno de los más preocupantes, es la falta de respuesta por parte de esta generación ante situaciones adversas para ellos. Al no tomar en serio la autoridad, tampoco la resienten.

Sin embargo, muchas de estas características crean un entorno de comodidad y unión muy pocas veces visto en generaciones anteriores. El nivel de optimismo de los millennials es mucho más alto que sus predecesores, además, han creado un ambiente seguro frente a la aparición de subculturas, se ha generado la imagen de que está bien ser diferente y quien decida serlo será protegido por el grupo. Son notorios los movimientos a favor de la igualdad de género, el matrimonio homosexual y la lucha por la desigualdad. Además, el contenido al que están expuestos les demuestra que las personas comunes pueden llegar a ser importantes si se lo proponen. En resumen, los millennials son una generación alegre y optimista (Stein, 2013).

A nivel de consumo de contenidos, la diferencia generacional es clara: los medios de comunicación tradicionales han sucumbido frente a los medios digitales. Para diciembre del 2008, el Pew Research Center (PRC) comunicó que el internet ya había superado en audiencia a la radio y los periódicos quedando por debajo solamente de la televisión. Cuando la estadística se centra en personas menores de 30 años, la imagen es mucho más clara, ya que televisión y medios digitales poseen el 59% de la preferencia de la audiencia en este rango de edad, esto con las cifras de televisión en disminución a comparación de años previos y cifras de medios digitales en crecimiento (Gómez, 2015, p. 4).

Estas estadísticas de consumo llevan a creer que la permanencia de medios como la televisión y el internet apunta a una preferencia del contenido audiovisual frente a contenido puramente escrito o sonoro, propio de la radio y los periódicos. Podemos concluir entonces, que los millennials son una generación con características propias donde el narcisismo ha determinado su comportamiento, sin embargo, esto también ha generado un ambiente agradable de comunidad, donde la exposición a medios digitales es un elemento constante en sus costumbres de consumo. Se presume además que los medios digitales deben gran parte de su éxito al contenido audiovisual, generado por ellos mismos ante la creación de la figura del *prosumer* concepto que se discutirá a continuación.

El término prosumidor, como se mencionó anteriormente, aparece por primera vez en “*La tercera ola*” de Alvin Toffler (1980), sin embargo, en ese entonces aun no era entendida como un agente generador de contenidos, sino tenía una carga mucho más económica, donde el individuo estaría alentado a ser creador y consumidor de sus propios recursos. Esto significaría una revolución, entendida por Toffler como una *tercera ola* (Sánchez & Contreras, 2012, p. 64-65).

Este principio, aplicado al modelo actual de sociedad digital, consiste en la capacidad de los usuarios de interactuar activamente con el contenido que reciben, hasta el punto de ser creadores del mismo. De allí viene la palabra *prosumer*, un acrónimo inglés que surge de la unión de las palabras *consumer* y *producer*. La capacidad de la red 2.0 para permitir la creación de contenido por parte de los usuarios generó plataformas de contenido participativo como los que menciona Sánchez y Contreras (2012):

Lo cierto es que blogs, wikis, canales audiovisuales como YouTube y Vimeo, portales de fotografías como Flickr, dedicados a la música como Last.fm, plataformas educativas como las aulas o campus virtuales y las redes sociales, integran una gran parte de ese universo de la participación del usuario como productor y consumidor. (p.67)

Estas plataformas son solo algunas de las que han aprovechado la capacidad técnica de la web para incluir contenido creado por el usuario. Esta capacidad viene de la mano y es explotada por las posibilidades tecnológicas actuales, donde los móviles juegan un papel importante en la fotografía y grabación de video muy cercana a una calidad profesional.

En conclusión, la generación denominada millennial juega el papel de causa-consecuencia en la creación de un ambiente tecnológico digital caracterizado por la evolución del consumidor hacia un *prosumidor* que no solo recibe contenido de forma pasiva, sino que es capaz de crearlo con la facilidad técnica que permite el avance tecnológico de los últimos años.

2.3.2 Tipos de espectadores en las redes sociales.

Para fines de marketing y publicidad, siempre ha sido clave la capacidad de conocer al público objetivo de la mejor forma posible, ya que esto asegura el funcionamiento de una campaña y maximiza los recursos disponibles. Este principio se ha aplicado también a la creación de contenido en internet y sobre todo en redes sociales, ya que todo video o texto publicado debe asegurar que su visibilidad sirva a un fin mayor, que puede ser muy diverso.

Bajo este principio también habrán de funcionar los documentales diseñados especialmente para publicarse en redes sociales, objeto de la presente investigación. Por tal motivo, en este subcapítulo se busca reunir una posible categorización de los tipos de audiencias que uno puede encontrar en redes, ya que ello determinará la dirección que tome cualquier contenido y además guiará en la investigación posterior para entender el tipo de contenido que se trabaja en dichos documentales.

Según la forma en la que estas audiencias consumen contenido, se dividen en seis grupos (Zommer, 2014):

- Los creadores: *prosumidores* por excelencia. Son creadores constantes de contenido de tipo escrito (blogs) o audiovisuales (video en redes sociales). El grueso de sus participantes son jóvenes entre los 18 a 21 años que representan un 37% del total.
- Los críticos: este grupo no es creador de contenido propiamente dicho, sino que interactúa con avidez con el ya existente. Acostumbra a comentar y calificar páginas y contenido, dejando su opinión buena o mala. Este grupo es vital para el funcionamiento de las redes sociales, ya que genera la interacción necesaria para considerarla una red 3.0. Sus miembros son en su mayoría jóvenes entre los 18 y 21 años, con alta participación de millennials, que en total suman el 71%.
- Los recolectores: ellos realizan la actividad de curaduría de contenidos, está orientado a crear contenido “*remix*” del que se habló en el subcapítulo dos. Ellos utilizan contenido inédito para crear nuevos productos y reenviarlos a la red. Tienden a ser más organizados y periódicos en sus publicaciones. En ellos el sector más fuerte es la generación Y, que abarca el 17% del total.
- Los *networkers*: es una audiencia parecida a los críticos, ya que también se encargan de interactuar con el contenido existente en redes. La diferencia radica en que su interacción está direccionada al creador del contenido más que al contenido en sí. Tienen una fuerte carga interpersonal y son buenos relacionándose a través de las redes. Ellos son en un 70% jóvenes de 18 a 21 años.
- Los espectadores: esta es la audiencia pasiva de las redes y sus interacciones los acercan más a la web 1.0 que a la 3.0, ya que no son *prosumidores* sino

consumidores. Visualizan y consumen el contenido creado por otros, no llaman la atención hacia ellos mismos y evitan dejar comentarios o apreciaciones sobre lo que acaban de ver. Sin embargo, no dejan de ser activos al momento de recibir contenido, la única diferencia es que su consumo termina ahí. Este grupo está formado por las generaciones más antiguas incluyendo a los *Young Boomers*, *Older Boomers* y *Seniors*, todos desde cuarenta y un años hacia arriba. Este grupo alcanza el 70% de los espectadores.

Estos tipos de audiencias en redes sociales crean un marco de estudio óptimo para el análisis de los documentales diseñados especialmente para redes sociales, ya que si se logra entender el tipo de público al que se dirigen, se entenderán también las razones de las elecciones del contenido.

En este subcapítulo se hizo una aproximación a las audiencias de la web y las redes sociales en la actualidad. Este marco permite entender las condiciones que facilitaron la aparición de los documentales diseñados para redes sociales ya que las características audiovisuales, tanto técnicas como de contenido, de este tipo de videos se aproximan mucho a las que aseguran el éxito en redes, por los motivos antes estudiados.

3 CAPÍTULO III: ESTRUCTURA METODOLÓGICA

3.1 Forma de investigación

Debido a la naturaleza del tema en discusión, se optará por realizar una investigación descriptiva y explicativa; descriptiva debido a que es necesario un levantamiento de datos respecto al tratamiento audiovisual de los documentales a estudiarse, y explicativa debido a la necesidad de análisis de la información conseguida que luego debe contrastarse con otros ejemplos y conceptos propios del estilo documental clásico.

3.2 Estrategia metodológica

Para los fines de esta investigación, la estrategia metodológica a utilizarse será cualitativa. De acuerdo con Hernández, Fernández y Batista (2014), “los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y análisis de los datos.” (p. 7). Las características de este tipo de investigación se adecúan al objetivo de este trabajo, ya que se busca conocer las características propias de los micro documentales más que los datos cuantitativos como lo sería su alcance, funcionamiento o monetización de estos. Otra característica útil de este tipo de investigación es que permite mayor dispersión en los datos que se analizan, esto significa que en este primer acercamiento a los documentales permite asentar las características básicas de este tipo de contenido y al mismo tiempo generar más preguntas sobre las mismas, dando espacio para que futuras investigaciones aborden el tema desde otros puntos de vista. (Hernández *et al.* 2014, p. 10)

3.3 Unidad de análisis

Se analizarán tres centrales de medios: *Vice*, *Great Big Story* y *Nowness*. De estas centrales se estudiarán 4 documentales de cada productora, haciendo un total de doce, de los cuales se analizarán el uso del lenguaje audiovisual y el contenido. En paralelo, se entrevistará a dos documentalistas: José Balado y Jimmy Valdivieso.

3.4 Universo/Población y Muestra

El universo está conformado por todos los micro documentales diseñados específicamente para redes sociales. Es importante recalcar que esta investigación no abarca documentales producidos bajo una forma tradicional que después fueron adaptados para redes sociales, por el contrario, las piezas estudiadas deben haber sido diseñadas para funcionar en redes sociales desde su concepción. La muestra consistirá en cuatro documentales de tres centrales de medios: *Vice*, *Great Big Story* y *Nowness*. Los micro documentales fueron elegidos por el autor en base a sus características estilísticas y narrativas, con la intención de abarcar la mayor cantidad de estilos posibles.

3.5 Selección de informantes

Los informantes serán José Balado y Jimmy Valdivieso, ambos documentalistas que radican en Perú con amplia experiencia en el ámbito documental.

3.6 Criterios de selección

Los criterios de elección fueron: experiencia en el medio del documental, conocimiento básico de redes sociales y conocimiento teórico sobre la realización y conceptualización del documental. Al momento de elegir las piezas de análisis se buscó que éstos cumplan con dos características: 1) que representen la personalidad del contenido de la casa productora a la que pertenece y sea un ejemplo claro del estilo de ésta y 2) que los cuatro micro documentales sean lo suficientemente variados en estilo y temática como para abarcar el mayor campo posible.

3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se recolectará datos a través de análisis de piezas documentales y entrevistas. El análisis de los micro documentales se realizará a través de una ficha de observación (Anexo 1).

3.8 Limitaciones

La mayor dificultad consistirá en seleccionar doce micro documentales que logren representar de forma correcta al universo en estudio. Para ello se realizará un amplio barrido de información y se seleccionarán aquellas piezas que logren sintetizar la personalidad de las centrales de medios que las produjeron.

4 CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Recojo de Información

4.1.1 Vice

Vice es una compañía cuya historia es diferente cuando se ve desde dos ángulos. Si uno analiza la forma en la que crea, promociona y distribuye su contenido, es una historia de éxito. Sin embargo, si se analiza la compañía desde un punto de vista económico, es una historia muy diferente y con muchas variantes. En los siguientes párrafos se analizará el contenido de este medio para luego pasar al análisis de sus piezas.

Vice es una empresa fundada por Gavin McInnes y Shane Smith, en 1994 en Montreal, Canadá. En sus inicios, era el nombre de una revista distribuida con fondos del estado, la cual se caracterizaba por lo que sería la piedra angular de la compañía durante toda su vida: su actitud controversial. Su principal objetivo era llegar a los jóvenes, por lo que se concentraron en el uso de lenguaje soez e imágenes provocadoras. Esta personalidad en su contenido se convierte poco a poco en el ADN que dirigirá la compañía hasta la actualidad. En el 2018, la empresa llegó a ser valuada en 5.7 billones de dólares americanos gracias a la inversión de empresas como 21st Century Fox, que pagó 70 millones de dólares por el 5% de sus acciones; A&E Networks, desembolsando 250 millones de dólares por el 10% en 2014; y Disney, logrando la participación del 10% con 450 millones de dólares (Kay, 2018). Toda esta inversión millonaria, que llevó a la empresa a ser la décima compañía privada con mayor valor en Estados Unidos en 2016, se basa en un solo criterio: ellos saben – o por lo menos han sabido hasta ahora – conectar con el público joven que se identifica como *baby boomer*, *millennial* y en la actualidad gen Z (Wiedeman, 2018).

Se ve, desde la experiencia de contenido de Vice, que no centra su atención en trabajar pensando en un medio de comunicación específico y después proponer una personalidad; sino todo lo contrario. El contenido de Vice nace a partir de la personalidad de la marca y, desde allí, busca los medios adecuados para generar contenido. Es por ello que tantas empresas han decidido invertir en ellos, no necesariamente por su experiencia en el dominio de medios como la televisión o las redes sociales, sino por la personalidad del contenido,

que luego puede ser adaptable a cuál sea el medio de difusión que las marcas buscan. A la fecha, Vice ha generado contenido para televisión en medios como HBO, A&E y canales de todo el mundo; ha generado *branded content* para marcas como Intel en redes sociales, y se ha multiplicado a todas las ramas de contenido como noticieros, documentales, películas, programas de radio, programas televisivos, podcasts, etc. (Kay, 2018)

El éxito de Vice nace debido a la autenticidad de sus creadores, no hay nada peor que ver a un creador que no pertenece a una generación intentar parecerse a su público, pero este no es el caso de Vice. Sus creadores, que son en su mayoría jóvenes menores de 30 años (Wiedeman, 2018), son nativos digitales y conocen desde adentro a su público, por lo que el contenido se siente genuino. En las palabras de la propia compañía “[...] *the company’s own marketing materials began identifying Vice as a “360, Multi-Platform, Vertically Integrated, Global Media Brand”* (Wiedeman, 2018).

Analizando la frase se puede encontrar muy fácilmente la postura que tiene Vice al crear contenido: las acepciones “360”, “Multi-Platform” y “Vertically Integrated” hacen referencia directa a los medios a través de los cuales se dirigen, llamando la atención principalmente a su capacidad de integrarse verticalmente, referencia directa al consumo de contenido en celulares. Mientras tanto, el considerarse un “Global Media Brand” demuestra su capacidad para adaptarse a las necesidades y características propias de cada localidad a la que intentan ingresar con contenido.

En conclusión, Vice es una compañía generadora de contenido que, a diferencia de muchas otras, se centra directamente en la personalidad del contenido y utiliza los medios como herramienta para llegar a su público objetivo. Esta ha sido una estrategia que ha motivado su extenso éxito durante años, pero que, también representa su mayor peligro, ya que las generaciones se actualizan cada vez más rápido. Y, si estamos seguros de algo sobre este cambio, es que las nuevas generaciones siempre tienden a oponerse firmemente a su predecesora.

4.1.1.1 Nombre del documental: “Pumping Iron with a Wheelchair Bodybuilder”

Tabla 1

Ficha técnica Pumping Iron with a Wheelchair Bodybuilder

Pumping Iron with a Wheelchair Bodybuilder	
Año de realización	2018
Creador	Vice Sports
Duración	6 minutos 47 segundos
Género	Documental
Idioma	Inglés
País	Canadá
Productora	Vice Media Company
Sinopsis	Micro documental que muestra el camino de Brayden Hofman, un joven canadiense en silla de ruedas, para convertirse en un fisicoculturista profesional. Se presenta el proceso de ejercitamiento y la constante ayuda de su padre para cumplir su objetivo.
Versión en Facebook: https://www.facebook.com/vicecanada/videos/1895677430452811/	
Host	Vice Canadá
Fecha de publicación	17 de abril del 2018
Reproducciones	237 mil reproducciones
Respuestas	332 reacciones y 43 comentarios
Compartidos	394 veces
Opiniones	Los comentarios y reacciones al video están orientadas al apoyo hacia el personaje. Siendo un documental de carácter inspiracional, las personas reaccionan con frases de apoyo y asombro frente al contenido. Además, se nota cercanía entre los consumidores y el personaje, ya que muchos de ellos alegan conocerlo y estar orgullosos de él. No se observaron comentarios negativos hacia el documental o hacia el personaje.
Versión en YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=LWvGu9y2jFg	

Host	Vice Sports
Fecha de publicación	8 de mayo del 2018
Reproducciones	13 mil 942 reproducciones
Respuestas	454 reacciones y 57 comentarios
Opiniones	Las reacciones al video están balanceadas hacia el lado positivo con 448 “me gusta” y solo 6 “no me gusta”. Los comentarios están orientados en su mayoría al apoyo al personaje y muestras de admiración hacia su padre. De igual forma se identificaron entre 6 y 7 comentarios de burla hacia el personaje, mas no hacia la realización del contenido.

Datos obtenidos en redes sociales (Fuente: Elaboración propia)

Análisis del lenguaje Audiovisual

Este documental está constituido, a nivel de lenguaje audiovisual, por una serie de imágenes de acompañamiento del personaje por su rutina diaria. En paralelo se realizan entrevistas tanto al personaje como al padre. Por último, se acompaña al personaje a una competición amateur de fisicoculturismo. Si bien no existe un narrador, se utilizan sobreimpresiones en la pantalla para apoyar al documental con información necesaria para guiar la narración.

- Uso de la cámara:

En este documental se utiliza una cámara al hombro de forma predominante para las escenas de seguimiento al personaje, este tipo de cámara dota de un carácter realista al contenido, ya que sugiere la sensación de que existe una persona tras la cámara, algo que la cámara fija intenta ocultar. Este tipo de cámara supone la presencia notoria del espectador en la historia. En paralelo se utilizan cámaras fijas para las escenas de entrevista con el personaje y su padre, sin embargo, éstas no representan más del 15% del documental. También se nota el uso de imágenes de archivo y fotografías que responden al testimonio del entrevistado.

A nivel estético, el documental utiliza fuentes de luz naturales como luz de día o iluminación propia de los ambientes. No se utilizan puntos de luz adicionales. Esta característica,

acompañada al tratamiento de color naturalista, sugiere que la intención de los realizadores es normalizar la imagen hasta convertirla en una escena común de la vida.

El elemento más interesante en esta pieza es el uso del formato. Al estar alojado en dos medios diferentes (YouTube y Facebook) se observó que la pieza fue adecuada a cada de forma diferente. En el primer caso, el video presente en YouTube está grabado en un formato 16:9, tamaño común en este medio. Sin embargo, en el caso de Facebook, el video ha sido reestructurado en un formato 3:4. Este ratio es muy poco común y está pensado especialmente para su visualización en teléfonos móviles. Este formato rompe con la estructura tradicional de tener video en horizontal; además, se observa la inclusión de subtítulos en el mismo idioma de origen por defecto. Esta segunda característica es propia de los contenidos en Facebook, ya que este no reproduce automáticamente el audio de sus videos, sino que requiere un acceso al video para poder escucharlo. Debido a esta característica, gran parte del contenido audiovisual opta por colocar subtítulos en el idioma de origen en sus videos, ya que así aseguran la visualización de su contenido sin la necesidad de que el usuario tenga que acceder al video para poder escucharlo.

- Uso del sonido:

En este documental, el sonido está compuesto por la voz de los personajes y una música de acompañamiento. La voz de los entrevistados funciona como narración constante durante todo el documental. Por otro lado, la música solo hace apariciones repentinas como introducción y en las escenas de transición, para generar un ambiente neutral. Esta música es instrumental y va acorde con el tema del contenido.

- Método de narración:

Durante el documental se pueden identificar tres momentos diferentes que se muestran al mismo tiempo. Por un lado, están las imágenes del personaje en el gimnasio realizando sus ejercicios donde se muestra su cotidianeidad, en segundo lugar, están los personajes en casa donde se conversa con ellos sobre temas más personales; y en un tercer momento, se ve al personaje participar en un concurso de fisicoculturismo para discapacitados. Estas tres líneas

narrativas suceden al mismo tiempo y son guiadas a través de la voz del personaje siendo entrevistado.

Al ser el testimonio familiar la línea narrativa guía, la entrevista busca ahondar lo más posible en el tema, dejando que las imágenes acompañen. De igual forma, se optó por la grabación en el gimnasio debido a la fuerza que tienen las imágenes poco usuales conseguidas en ese entorno.

Para la narración de la historia también se hizo uso de sobreimpresiones con datos específicos durante el documental. Las notas colocadas en el material simulan notas al pie de página del autor, que explican de mejor forma el tema.

- Recursos estéticos.

En este documental no se observaron recursos estéticos adicionales a la narración normal. En ciertos momentos se ve al personaje mirar fijamente a la cámara, haciendo posiciones propias del deporte, sin embargo, estas no irrumpen lo suficiente como para considerarlas estéticas, ya que no responden a un criterio que busca impactar por la forma en que se graba el contenido, sino en el fondo de lo que se muestra.

Análisis del contenido

Es característico de esta central de medios optar por temas que sean diferentes en esencia, ya que al tener poco tiempo de exhibición en redes deben asegurarse de capturar la atención desde un inicio. Este documental es un ejemplo claro de este principio.

- Contexto y tema central:

El tema del documental es revisar el caso de Braydem Hofman y cómo, a pesar de estar en silla de ruedas, es capaz de convertirse en un fisicoculturista. Combinar esas dos imágenes es poco usual para las personas, por ellos el tema genera interés. Además, el autor optó por tomar como personaje también al padre de Brayden, lo que permite añadir un toque de sentimentalismo al contenido. Además, el tema se trató de formar familiar y cercana, ya que

el personaje no es alguien famoso. Esta sensación normaliza a Brayden y permite que sus conocidos comenten y sean partícipes del video a través de las redes sociales.

En segundo lugar, un tema como este encuentra cabida al apoyarse de una tendencia de la sociedad actual, la inclusión de grupos antes desfavorecidos. Durante los últimos dos años, la generación millennial emprende un movimiento tanto físico como virtual en busca de igualdad para todos. Dentro de este marco, tocar el tema de la discapacidad encuentra un lugar dentro de la tendencia y le permite despegar en redes.

- Modo de acercamiento al personaje:

El realizador genera un marco para entender un mundo poco conocido para el público en general, el fisicoculturismo para personas con discapacidad y aprovecha el caso de Brayden para entrar, someramente, en este mundo y su funcionamiento. Por ello el autor, bajo la imagen de un neófito en el tema, entrevista a Brayden, quien sirve como guía para entrar, tanto en su vida, como en el ámbito deportivo en el que se desarrolla.

- Postura del realizador frente al tema:

En este caso particular, no existen ambivalencias sobre el tema por lo que no hay preguntas sueltas al respecto. Sin embargo, El autor decide entrar también en el ambiente personal y familiar del personaje con la intención de demostrar el apoyo que Brayden recibe de su padre. Bajo esta figura, se puede entender que el realizador busca demostrar el camino de Brayden para convertirse en un fisicoculturista en silla de ruedas, donde la presencia del padre y el apoyo familiar son piezas clave para la realización de dicho sueño.

4.1.1.2 Nombre del documental: “Freedom: A Film About Death and Music / How My Mother's Assisted Suicide Inspired Our Album”

Tabla 2
Ficha técnica
Freedom: A Film About Death and Music

“Freedom: A Film About Death and Music / How My Mother's Assisted Suicide Inspired Our Album”	
Año de realización	2018
Creador	Noisey
Duración	5 minutos 55 segundos
Género	Documental
Idioma	Inglés
País	Estados Unidos
Productora	Vice Media Company
Sinopsis	Micro documental que cuenta cómo el músico Joe Wilson afronta el suicidio asistido de su madre y lo utiliza como medio de inspiración para el nuevo disco de su banda.
Versión en Facebook: https://www.facebook.com/Noisey/videos/1925169571130416/	
Host	Noisey
Fecha de publicación	26 de febrero del 2018
Reproducciones	385 mil reproducciones
Respuestas	268 reacciones y 7 comentarios
Compartidos	66 veces compartido
Opiniones	El contenido en Facebook no tiene un número significativo de respuestas. Las reacciones consisten en reflejar el sentimiento propio del contenido, la tristeza. Mientras que en los comentarios solo algunas personas etiquetaron a otras como forma de compartir el video.
Versión en YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=WkDTchkbxYQ	
Host	Noisey
Fecha de publicación	26 de febrero del 2018
Reproducciones	18 mil 311 reproducciones
Respuestas	529 reacciones y 45 comentarios
Opiniones	Las reacciones al video están orientadas hacia el lado positivo con 498 “me gusta” y 31 “no me gusta”. Los comentarios en este documental están dirigidos tanto al personaje del video como a los realizadores.

	Entre los mensajes al personaje se observaron mensajes de apoyo en su mayoría, mientras que los mensajes hacia la página agradecen por el contenido. Sin embargo, la cantidad es ínfima como para generar una conclusión a partir de ella.
--	--

Datos obtenidos en redes sociales (Fuente: Elaboración propia)

Análisis del lenguaje Audiovisual

Este documental intenta encontrar un equilibrio entre una entrevista y un video sensorial que exprese el estado emocional del personaje. Durante el video, el personaje va narrando su historia, que está acompañada por imágenes directas suyas hablando y otras que intentan representar de forma visual la emocionalidad del personaje.

- Uso de la cámara:

En este video, se usa una cámara que realiza movimientos suaves sobre un estabilizador. El ritmo lo proporciona la narración del personaje y el movimiento dentro de la imagen. Este lenguaje utilizado por el realizador sugiere la presencia del espectador junto a Joe, quien guía la historia de forma auditiva y visual. Sin embargo, a pesar de que la cámara sumerge al espectador y coloca físicamente junto al personaje, no hace ningún movimiento brusco ni altamente notorio. Se entiende como una presencia casi voyerista más no participativa, como un espectador que es parte del video sin querer serlo. También se hace uso de imágenes de archivo, fotografías familiares que muestran al personaje junto a su madre.

Respecto a la iluminación, se usa la luz de día como fuente principal. Se presume también que existen puntos de luz de apoyo muy sutiles, ya sean rebotes o luces adicionales. El tratamiento del color está direccionado hacia los tonos fríos con colores de baja intensidad. La intención de estas dos decisiones estéticas responde a la intención de generar una imagen naturalista que refleja un tema sombrío como lo es la muerte.

Sin embargo, en diferentes momentos del documental se utilizan recursos que rompen con el naturalismo como contraluces e imágenes en *slow motion*. En estos momentos el realizador busca representar el mundo interior del personaje y reflejarlo a través de imágenes.

Al igual que el documental anterior, este contenido tiene dos versiones con formatos diferentes para cada medio en el que se aloja. Por un lado, en YouTube se encuentra con un *aspect ratio* de 16:9, mientras que en Facebook se encuentra en 3:4, optimizado para visualización en móviles. En el segundo caso también se implementaron los subtítulos por defecto en el idioma original, para su reproducción en móviles sin sonido.

- Uso del sonido:

En el caso específico de este contenido, el sonido juega un papel muy importante, ya que es uno de los temas centrales a tratar. Durante la primera parte se utiliza música incidental que genera la sensación de suspenso. Esta música tiene una dinámica variada que va en *crescendo*, anticipando la pieza importante que se escuchará al final del video. En el momento del clímax, se escucha la canción “Wonderful World” de Solomon Grey, canción central para el documental. Todas las canciones utilizadas en el video pertenecen a este grupo.

Del minuto 1:51 a 2:38 se utiliza también sonido de ambiente como complemento de las imágenes de naturaleza. Ambos recursos se apoyan para generar las imágenes sensitivas mencionadas anteriormente.

- Método de narración:

Este documental cuenta con una sola línea narrativa que atraviesa dos etapas, la narración inicia con Joe Wilson comentando el proceso del suicidio asistido de su madre, cómo era ella antes y los motivos que la llevaron a tomar esa decisión. En un segundo momento, el mismo personaje analiza su proceso de asimilación a través de la música y de qué forma dicho evento sirve como inspiración para la realización de un nuevo disco para la banda a la que pertenece. Toda la historia se narra de forma cronológica.

El tema es narrado totalmente por el personaje que es apoyado por imágenes de archivo y escenas que pretenden reflejar su estado emocional. Tampoco existe una presencia clara del documentalista, más allá de una pantalla de información colocada entre el minuto 1:24 a 1:36, en la que se muestra el marco legal e información sobre la situación del personaje.

- Recursos estéticos:

El contenido que se viene analizando si hace uso de algunos recursos estéticos que buscan apoyar la sensación de pérdida y vacío que respira todo el documental. Entre estos recursos se encuentran planos detalles de objetos representativos (flores, instrumentos, fotografías, etc.), uso de *slow motion* para escenas de movimiento, contraluces que reflejan el estado anímico de Joey y el uso de fuera de foco como recurso estilístico. Estos elementos se usan de forma lenta y prolija, sin que interrumpa la narración principal.

Análisis del contenido

El tema en discusión responde sobre todo a las características del canal Noisey. Al ser una página que trata temas de música, todos los videos que realizan tratan sobre este tema. Pero, en este caso específico, el tema central está contrastado con uno mucho más complejo, el suicidio asistido.

- Contexto y tema central:

El tema central del documental consiste en cómo Joe Wilson afronta una pérdida que tiene matices diferentes a una muerte normal: el suicidio asistido. El realizador hace énfasis en las razones por las cuáles la madre del personaje decide tomar esta decisión, para lo que crea un marco de personalidad, demostrando que ella es una persona normal de quien no se espera una decisión como esa. En un segundo momento, el realizador muestra cómo Joe asimila esta pérdida a través de la música, en un sentido de catarsis. El suicidio asistido, como tema central, despierta opiniones encontradas que se reflejan en algunos pocos comentarios en los videos.

- Modo de acercamiento al personaje:

Dentro de la narración no se siente la presencia del realizador, por lo que toda la historia es guiada por el personaje, es él quien guía la conversación. Sin embargo, lo que sí hace el autor

es apoyar la narración con imágenes planteadas por él, para fortalecer el impacto de la historia.

- Postura del realizador frente al tema:

El mensaje del realizador es bastante claro en el video, sin embargo, eso no lo exime de prestarse a diferentes posiciones al respecto. Lo que el autor intenta contar es cómo un suceso tan poco común como el suicidio asistido representa un proceso de luto muy diferente a una defunción normal. Además, plantea que una experiencia como esa, no es del todo negativa, ya que le sirve al personaje como fuente de inspiración para componer canciones que reflejen sus sentimientos.

4.1.1.3 Nombre del documental: “Feminist Fight Club: Femme Feral”

Tabla 3
Ficha técnica Feminist Club: Femme Feral

Feminist Fight Club: Femme Feral	
Año de realización	2018
Creador	Broadly
Duración	5 minutos 40 segundos
Género	Documental
Idioma	Inglés
País	Estados Unidos
Productora	Vice Media Company
Sinopsis	Micro documental que cuenta cómo un grupo de mujeres funda un club de pelea como medio de canalización de toda la ira que retienen frente a la desigualdad social.
Versión en Facebook: https://www.facebook.com/VICE/videos/1941159636198076	
Host	Vice
Fecha de publicación	1 de abril del 2018
Reproducciones	2 mil 200 reproducciones

Respuestas	2 mil 100 reacciones y 1 400 comentarios
Compartidos	896 veces compartido
Opiniones	Este es uno de los primeros documentales que tiene un mayor balance de reacciones y comentarios frente a visualizaciones. Se piensa que esto es producto del tema que se toca, que de por sí genera mucha discusión. Por tal motivo, las reacciones y comentarios en el video se han convertido en un espacio de discusión encendida sobre los puntos de vista del video.
Versión en YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=tdvqEcS4OqA	
Host	Broadly
Fecha de publicación	29 de enero del 2018
Reproducciones	85 mil 956 reproducciones
Respuestas	9 847 reacciones y 2 542 comentarios
Opiniones	En este caso, las reacciones negativas o “no me gusta” es bastante mayor a los “me gusta” (9 061 contra 786), mientras que los comentarios demuestran el mismo balance, una mayor cantidad de personas descontentas, no con la producción del video, sino con el mensaje que transmiten los personajes.

Datos obtenidos en redes sociales (Fuente: Elaboración propia)

Análisis del lenguaje Audiovisual

Este documental utiliza un lenguaje audiovisual “clásico”, por llamarlo así. Tiene entrevistas e imágenes de acompañamiento que ilustran lo que los personajes van contando. La línea narrativa es más auditiva que visual, ya que la historia está guiada por las voces de los personajes.

- Uso de la cámara:

En este documental, la imagen se utiliza de tres formas. En primer lugar, se realizan entrevistas con los personajes. Éstas son cámaras fijas que muestran a los personajes en planos medios bajo la regla de los tercios. En segundo lugar, están las imágenes de acompañamiento, escenas de la pelea y la acción de las mujeres. La cámara se utiliza al

hombro, para apoyar la sensación de movimiento, se enfocan sobre todo plano detalle y primeros planos de la acción. Y, en tercer lugar, se utilizan imágenes de archivo, que no son colocadas directamente en la edición, sino son enfocadas a través de la cámara, o se les agrega un ligero *zoom in* para no tener escenas sin movimiento en el documental. A grandes rasgos, la cámara es utilizada bajo las convenciones clásicas audiovisuales. Siendo este un documental con un tema tan complejo y dotado de tanto movimiento, la imagen podría estar más acorde al tema.

Sobre la iluminación, se utilizan fuentes de luz artificiales provenientes del mismo escenario, reforzadas por algunas de producción. Esta iluminación busca generar algunos contrastes, que apoyen la imagen de lucha y rudeza que busca el video. La colorización está virada hacia las tonalidades cálidas y amarillentas. Los puntos de color provienen de los elementos en el escenario. Las decisiones a este nivel buscan generar un ambiente sucio y duro, que va acorde a la temática. Sin embargo, se trató de forma discreta.

En algunos momentos se hace uso de ligeros desenfokes que dan profundidad de campo al encuadre y también una sensación de profesionalismo en la imagen. Lo mismo en las escenas donde se usa un *slow motion* muy sutil.

Como ya es costumbre en este canal, este contenido tiene dos versiones con formatos diferentes para cada medio en el que se aloja. Por un lado, en YouTube se encuentra con un *aspect ratio* de 16:9, mientras que en Facebook se encuentra en 3:4, optimizado para visualización en móviles. En el segundo caso también se implementaron los subtítulos por defecto en el idioma original, para su reproducción en móviles sin sonido.

- Uso del sonido:

En este documental, se utilizan dos fuentes de sonido. La principal es la voz de las entrevistadas, que guían la historia y entregan el mensaje al espectador, esta narración es diegética y extradiegética por momentos. Al inicio de cada entrevista se identifica visualmente a la narradora y luego se mantiene la voz sobre otras imágenes. En segundo plano se encuentra la musicalización, en este documental se utiliza música de géneros como el New Beat y el Metal Industrial. Ambos de forma rítmica y sin voz. Esta música sirve de acompañamiento en ciertos momentos del documental, donde se quiere demostrar fuerza y rudeza; a ello se debe la elección de los géneros musicales.

- Método de narración:

Este video cuenta con una sola línea narrativa que es contada por varias chicas del club de pelea. Todas ellas exponen los motivos por lo que realizan esta actividad y cómo intentan volcar los sentimientos internos a través de la lucha. En paralelo se cuenta la historia del club, la razón por la que se creó y el sistema de funcionamiento del mismo. Por último, se hace una demostración de las peleas de las mujeres, donde se puede observar esta canalización de la ira que mencionan.

Esta historia es narrada por completo por las participantes del club y no se ve una presencia explícita del documentalista, ya que no forma parte de la narración interna del documental.

- Recursos estéticos:

Los recursos estilísticos utilizados se ven en la fotografía, el uso de elementos fuera de foco y el *slow motion* significan el mayor esfuerzo a este nivel por parte del documentalista. Sin embargo, no aportan lo suficiente como para definir una estética propia del documental, cuyo punto central es la información que se entrega con el tema, más no la sensación que esta produce.

Análisis del contenido

En este documental se ve de forma muy clara la estrategia de comunicaciones de Vice, que usa temas controversiales y de actualidad para llamar la atención a su contenido, además, no solo encuentra este tipo de temas, sino que busca extremos para conseguir mayor visibilidad y recordación. En el presente video se toca el tema del empoderamiento femenino y el feminismo luchador.

- Contexto y tema central:

La idea de mujeres luchadoras y empoderadas es presentada de forma literal y gráfica a través de un grupo de mujeres que se junta en un club de la pelea que utilizan esta actividad como medio de expresión y visibilización. Según ellas, la lucha las ayuda a canalizar la

frustración de vivir en una sociedad con costumbres claramente machistas donde la mujer debe cumplir con ciertos roles asignados. Por lo tanto, este tema se discute en un contexto donde la batalla por el empoderamiento femenino se lleva a cabo diariamente, esta vez con más atención de los medios.

- Modo de acercamiento al personaje:

En este caso se cuenta con varios personajes, lo que dificulta la capacidad de compenetración con cada una de ellas, por ese motivo no se logra (ni se tiene la intención) conocer más a fondo a los personajes, sino el club al que todas ellas pertenecen. Las entrevistas ayudan a crear poco a poco una imagen completa del club al que pertenecen, siendo ellas tanto protagonistas como guías del tema.

- Postura del realizador frente al tema:

En este caso, resulta complicado deducir la intención del documentalista sobre el tema. Por un lado, el discurso de los personajes claramente apoya el funcionamiento de este club a modo de entidad contestataria y medio de liberación. Sin embargo, a nivel audiovisual, no se encuentra una intención real y esmerada por acompañar ese discurso con imágenes que fortalezcan la idea. Se tiene como resultado un documental audiovisualmente pobre frente a un discurso con mucha carga social. Se cree que esta dualidad de mensajes en el documental expresa la posición del documentalista al respecto.

4.1.1.4 Nombre del documental: “Posh Pete: The International Cocaine Trafficker”

Tabla 4

Ficha técnica Posh Pete: The International Cocaine Trafficker

Posh Pete: The International Cocaine Trafficker	
Año de realización	2018
Creador	Viceland
Duración	5 minutos 12 segundos

Género	Documental
Idioma	Inglés
País	Estados Unidos
Productora	Vice Media Company
Sinopsis	Micro documental dividido en episodios que narra la historia de un traficante de cocaína internacional que estuvo encarcelado en una prisión colombiana. En el documental, “Pete” narra cómo llegó a ser uno de los más grandes traficantes de cocaína en el mundo.
Versión en Facebook: https://www.facebook.com/VICELANDTV/videos/1906080313039342	
Host	Viceland
Fecha de publicación	6 de febrero del 2018
Reproducciones	234 mil reproducciones
Respuestas	258 reacciones y 35 comentarios
Compartidos	26 veces compartido
Opiniones	Este documental tiene un sistema muy diferente al de los anteriores, ya que solo consiste en una entrevista. Los comentarios son pocos como para generar una imagen general, sin embargo, es claro que no se critica ni apoya la producción del video en sí misma, sino la temática que toca.

Datos obtenidos en redes sociales (Fuente: Elaboración propia)

Análisis del lenguaje Audiovisual

Este documental tiene un lenguaje audiovisual prácticamente nulo, ya que consiste en una entrevista frente a frente sin otros elementos complementarios. Siendo así, el video coloca todo el interés en lo que dice el personaje, ya que visualmente es muy poco atractivo.

- Uso de la cámara:

Este documental utiliza varias cámaras para su grabación. Al tener siempre al personaje hablando en una posición, se utilizan dos cámaras fijas. Una tiene al personaje casi de frente en un plano medio, esta se usa como cámara principal; y la otra, está a unos 45 grados de él y tiene un primer plano de este. La edición intercala ambos puntos de filmación.

La iluminación está compuesta por dos puntos de luz frontales, ambos ubicados como las cámaras. La luz principal, que está dirigida hacia el rostro del personaje, se encuentra a 45 grados de este; y existe también una luz de relleno, probablemente una de rebote, que se encuentra a la misma distancia, pero orientada hacia el lado contrario. Existe, además, un tercer punto de luz que ilumina el fondo, cuyo propósito es despegar al personaje. No se nota un trabajo consistente en colorización en la producción.

Este video está especialmente pensado para Facebook, por lo que el formato de pantalla responde a los 4:3 utilizados previamente por la página. Se incluye también los subtítulos en la lengua original para la mejor reproducción.

- Uso del sonido:

El trabajo de sonido en este documental está determinado por la voz del personaje, quien da los datos interesantes frente a las preguntas del realizador. Para acompañar la voz se colocó una canción totalmente instrumental de tensión suave, la cual acompaña toda la narración.

- Método de narración:

Este documental intenta abordar la vida y profesión de este personaje a través de varias preguntas que develan poco a poco lo que significa ser un traficante de cocaína internacional. Por lo tanto, es el documentalista quien, de forma explícita, guía la historia y decide los rumbos que tomará la narración del personaje. Si bien la narración la realiza el personaje, la guía narrativa es trabajo del documentalista.

- Recursos estéticos:

En algunos momentos, y para dar un poco más de dinamismo a la imagen, el fondo es utilizado como un *chroma key* para reemplazarlo con imágenes y texturas relacionadas a lo que dice el personaje en cada momento. Al no ser un *chroma* real, se ven algunos problemas en la imagen y se tiene al personaje con los bordes duros y cortes abruptos; sin embargo, se

sacrifica la calidad estética por el dinamismo y ello aporta al propósito enunciativo del documental.

Análisis del contenido

Este documental depende totalmente del contenido que ofrece. Debido al poco aporte de la imagen, este video podría ser reducido a un producto sonoro y aun así mantener sus puntos de interés, ya que su mayor atractivo está en las revelaciones del personaje, “*Posh Pete*”, sobre su vida y su labor.

- Contexto y tema central:

El tema central del documental consiste en conocer los pormenores de una labor extremadamente ajena a muchas personas: el ser un traficante de cocaína. Al ser un tema tan extraño, el contenido resulta interesante para las personas que nunca tienen la oportunidad de hablar con alguien así. Por ello el documentalista utiliza este estilo de “bombardeo” de preguntas, poniéndose en el lugar del espectador que quiere saber todos los pormenores de esta actividad. Esto demuestra, una vez más, la importancia de tener un tema altamente disruptivo, que, a pesar de tener poco atractivo visual, termina generando interés en el público.

- Modo de acercamiento al personaje:

Como se explicó en el punto anterior, el documentalista utiliza una estrategia de preguntas intensivas hacia el personaje. Estas interrogantes están cuidadosamente planteadas para conseguir información interesante sobre la labor del personaje, que ya de por sí es atractiva.

- Postura del realizador frente al tema:

No existe una postura clara del documentalista sobre el tema (si se entiende como tema el tráfico de drogas). Lo que sí logra verse, es la personalidad del autor, quien se coloca en la posición de neófito en el tema, buscando que sea el personaje el que va develando poco a poco la información.

4.1.2 Great Big Story

Great Big Story, a diferencia de Vice, es una empresa creadora de contenido relativamente nueva, sin embargo, ha conseguido logros remarcables en los pocos años que lleva funcionando. Esto es producto de dos variables diferentes: 1) es producto de una estrategia comercial armada por un gigante corporativo de Comunicaciones (CNN) y 2) ha conseguido identificar un nicho de público mucho más pequeño que el de Vice, lo que le permitió llegar de forma más directa a ellos. En los siguientes párrafos se desarrollarán ambas tangentes teniendo una atención especial a la forma en la que dicha compañía aprovecha los medios para conectar con su público.

Great Big Story es una empresa creada por la multinacional CNN en octubre del 2015 con un fin específico: entrar en la competencia de generar contenido, que hasta entonces era liderada por *Vice* y *Buzzfeed* (Main, 2017). Es justamente la forma en la que aparece esta empresa la que explica la cuidadosa estrategia comercial bajo la que funciona. Tras la disrupción de las redes sociales en la creación de contenido, CNN intentó varias veces entrar como competidor en el juego, produciendo videos de corta duración con la intención de ser más fáciles de adaptar a las redes sociales, sin embargo, estos videos fueron poco populares (Main, 2017). Esta situación generó un dato fundamental para analizar este tipo de contenidos, y es que solo acortar un video no lo hace inmediatamente contenido viralizable en redes. Es así como dos trabajadores de la CNN, Chris Berend y Andrew Morse, empiezan a desarrollar Great Big Story llegando a la conclusión que cimentaría el ADN de la empresa: *“There has to be a sense of wonderment [...] Ideas here don’t get out the door unless they’re surprising”* (Main, 2017).

Bajo la premisa de generar videos que sorprendan, Great Big Story llegó al 2017 produciendo cerca de 650 micro documentales en 65 países. Medio año después de fundar la compañía consiguió 40 millones de vistas por mes, lo que quiere decir que se vieron en total 345 años del contenido que generaron (Main, 2017).

Si una persona analiza el contenido de Great Big Story entiende rápidamente que no está dirigido a cualquier persona (algo que intenta Vice, por ejemplo), sino que llega a un nicho de jóvenes con una característica común: la curiosidad. La empresa define su público como *“urban-located, globally curious 25- to 35-year-olds”* (Kessler, 2015). Al cimentar este

público, Great Big Story entiende que debe generar un contenido con ciertas características que pueda ser interesantes para esas personas y, sabiendo que la duración y el impacto del tema que traten es solo uno de los pilares sobre los cuales deben soportarse, deciden utilizar el documental como género de su contenido (Henderson, 2018).

Son estas las características que hacen de Great Big Story una empresa creadora de contenidos que no necesitó mucho tiempo para establecerse en la guerra de las centrales de medios gracias a que supo utilizar las herramientas del documental y las redes sociales para generar un contenido atractivo dirigido espacialmente a un público bastante específico. La experiencia previa de CNN sirvió para entender que, para crear videos que funcionen en redes sociales no solo basta con adaptarlos técnicamente al medio, sino replantearlo por completo como un nuevo género.

4.1.2.1 Nombre del documental: “Hello Silence, My Old Friend / Preserving One Square Inch of Silence”

Tabla 5
Ficha técnica Hello Silence, my Old Friend

Hello Silence, My Old Friend / Preserving One Square Inch of Silence	
Año de realización	2017
Creador	Great Big Story
Duración	3 minutos 25 segundos
Género	Documental
Idioma	Inglés
País	Estados Unidos
Productora	Great Big Story
Sinopsis	Micro documental que cuenta la historia de Gordon Hempton, un hombre que busca defender los espacios libres de contaminación auditiva mediante la identificación de las fuentes de contaminación, su trabajo es una respuesta frente al creciente desinterés por el tema.
Versión en Facebook: https://www.facebook.com/greatbigstory/videos/1831294587172966/	
Host	Great Big Story

Fecha de publicación	22 de abril del 2018
Reproducciones	506 mil reproducciones
Respuestas	2,7 mil reacciones y 85 comentarios
Compartidos	1,3 mil veces compartido
Opiniones	Este documental presenta un fenómeno interesante a nivel de respuesta. Es un contenido con mucha aceptación, posee muchas visualizaciones, ha sido compartido muchas veces y las reacciones no son pocas, sin embargo, la interacción más directa del público con el contenido, que vienen a ser los comentarios, no representa un número considerable. Este fenómeno puede tener varios motivos, de los cuales el más lógico es que el contenido no llama a la acción del usuario, no lo invita a generar una opinión sobre el tema; bajo esta lógica, el documental se convierte en puramente contemplativo.
Versión en YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=jAgCeyW8iTA	
Host	Great Big Story
Fecha de publicación	17 de abril del 2017
Reproducciones	218 mil 552 reproducciones
Respuestas	5 mil 753 reacciones y 450 comentarios
Opiniones	Las respuestas al contenido en este medio son mucho mayores que en Facebook, a través de YouTube se ha visto un espacio más propicio para las conversaciones en cadena y debates. La reacción general hacia el video es positiva y ello se ve en los comentarios. Otro detalle interesante es que, a diferencia de los ejemplos anteriores, aquí los usuarios comentan no solo sobre el tema tratado sino también de los creadores del documental, a quienes se apoya en su labor.

Datos obtenidos en redes sociales (Fuente: Elaboración propia)

Análisis del lenguaje Audiovisual

En este documental se aprecia un trabajo mucho más prolijo a nivel de lenguaje audiovisual que en los ejemplos anteriores. Se puede notar un mayor cuidado en el planteamiento visual y los encuadres de dirección.

- Uso de la cámara:

En este documental, se usa una cámara sobre un estabilizador, lo que permite tener pequeños movimientos orgánicos y controlados del camarógrafo. Este tipo de cámara es propicio para temas de naturaleza y grabación de vida natural y se utiliza para todos los planos de seguimiento del personaje. De igual forma se aprecian planos detalle con gran profundidad de campo y tomas fijas de la naturaleza. A pesar de los pequeños movimientos antes señalados, la sensación de la cámara es de quietud y estabilidad, esta propuesta visual se correlaciona con el tema del documental porque, al hablar del silencio, la cámara intenta no tener una presencia marcada, ya que el movimiento es entendido como ruido.

La iluminación es completamente natural y se controla utilizando solo el diafragma de la cámara. Esta iluminación es pareja, sin altos contrastes. A nivel de colorización, se rescatan los colores verdes, que resaltan debido a su alta presencia de la naturaleza. La tonalidad de la imagen es cálida.

- Uso del sonido:

En este documental se trabajan tres fuentes de sonido en paralelo. En primer lugar, está la voz del personaje quien narra su trabajo y va guiando la historia, dando la información que se necesita para entender el documental. En segundo lugar, está el sonido de ambiente, siendo este un contenido que narra la importancia de preservar el sonido de la naturaleza, fuera de contaminación auditiva, es necesario escuchar el sonido en cuestión, por ello se coloca como base sonora el ambiente del bosque donde se realiza el documental. En tercer lugar, está un acompañamiento musical, este consiste en sonidos incidentales lentos y sutiles, que apoyan la sensación de quietud que busca el documentalista. Todos estos elementos están pensados en favor de una idea: quietud. No existen bases rítmicas marcadas ni sonidos que distraigan de la base principal, el ambiente sonoro del bosque.

- Método de narración:

La narración de este documental sigue la base aristotélica de las historias. Primero presenta un contexto de la persona y el lugar donde se encuentra; luego se expone el problema al que se enfrenta, que en este caso es la creciente contaminación sonora que está extinguiendo los

espacios de sonoridad menos disruptiva que la que estamos acostumbrados; y en tercer lugar muestra un desenlace, que consiste en la solución que propone el personaje para afrontar el problema. Toda esta narración es realizada por el personaje, pero ha sido reorganizada bajo esta estructura dramática, por el documentalista.

- Recursos estéticos:

En este documental no se utilizan recursos estéticos muy marcados, ya que se realiza un gran esfuerzo en la composición principal de la imagen. Sin embargo, se observaron planos detalle con amplia profundidad de campo y escenas en *slow motion*, que aportan como detalles estéticos al documental.

Análisis del contenido

El documental que se viene analizando ha logrado desprender toda una propuesta audiovisual a partir del tema central en discusión, el silencio y la quietud. Ambos temas son centrales aquí y el personaje es un medio para tratar un problema, la contaminación auditiva.

- Contexto y tema central:

El tema central del documental consiste en la labor de Gordon Hempton, quien se dedica a proteger un espacio dentro del bosque donde no existe contaminación sonora. Para ello se dedica a registrar los sonidos en dicho lugar e identificar las fuentes de contaminación sonora que llegan hasta allí.

Este video se siente, como una respuesta ante los problemas medio ambientales. Si bien este es un tema que cobró fuerza en los años 2016 y 2017, ha tenido un pequeño declive en el 2018, debido a la redirección de los intereses sociales. Sin embargo, con una sociedad que logra identificar el tema medio ambiental como uno de alta importancia, este documental cobra importancia y personalidad para hablar del tema desde un ángulo diferente.

- Modo de acercamiento al personaje:

Si bien en este documental se presenta a un personaje claro, de quien se habla y va guiando la historia a través de la narración, es posible identificar como personaje al ambiente, en este caso el bosque. Para este documental, el bosque se convierte en un personaje más, del que se habla y que toma una importancia significativa en la narración. Siendo así, se tiene a un personaje narrador, quien guía la información que posteriormente será ordenada por el documentalista; y un segundo personaje que es presentado visualmente y a través del narrador.

- Postura del realizador frente al tema:

La postura del realizador sobre el tema en discusión es clara, pretende engrandecer a aquellos que realizan un trabajo en favor del medio ambiente. Los presenta como héroes dignos de ser conocidos por los usuarios. Además, hay un claro reconocimiento estético del ambiente, el documentalista se encarga de embellecer el lugar con los planos que decide realizar. De tal forma, tenemos a un documentalista totalmente comprometido con el medio ambiente.

4.1.2.2 Nombre del documental: “Launching Flowers into Outer Space”

Tabla 6
Ficha técnica Launching Flowers into Outer Space

Launching Flowers into Outer Space	
Año de realización	2017
Creador	Great Big Story
Duración	4 minutos 58 segundos
Género	Documental
Idioma	Japonés
País	Japón
Productora	Great Big Story
Sinopsis	Micro documental que cuenta la obra del artista japonés Azuma Makoto, quien pretende enviar arreglos florales al espacio exterior como una forma de artes.

Versión en Facebook: https://www.facebook.com/greatbigstory/videos/1829509587351466/	
Host	Great Big Story
Fecha de publicación	16 de abril del 2018
Reproducciones	838 mil reproducciones
Respuestas	1,6 mil reacciones y 99 comentarios
Compartidos	453 veces compartido
Opiniones	Este documental tiene por intención hacer seguimiento al proyecto artístico de Azuma Makoto, quien envía flores al espacio como una muestra de la ruptura estética de límites físicos. Sin embargo, los comentarios a este proyecto son en su mayoría despectivos hacia la obra de arte. Si bien las reacciones de Facebook favorecen al proyecto, los comentarios son utilizados para denigrar la idea artística y expresar sus opiniones propias.
Versión en YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=6HhCcuD0col	
Host	Great Big Story
Fecha de publicación	12 de septiembre del 2017
Reproducciones	154 mil 029 reproducciones
Respuestas	3 mil 132 reacciones y 406 comentarios
Compartidos	Al igual que en la página de Facebook, las reacciones a favor del video son mayoría (2 950 positivas frente a 182 negativas), sin embargo, la sección de comentarios tiene una mayor cantidad de personas que se quejan de la obra de arte y la califican de desperdicio de tiempo y recursos.

Datos obtenidos en redes sociales (Fuente: Elaboración propia)

Análisis del lenguaje Audiovisual

Este documental demuestra un cuidado por la imagen, sobre todo a nivel de la colorización y los planteamientos de cámara. Al ser un video que registra una obra de arte, fue cuidado con la misma intención de estar al nivel de la obra misma.

- Uso de la cámara:

En este documental se utilizan planos fijos y en movimiento, sin que ninguno sea muy brusco a la vista. Hay un planteamiento de títulos y créditos desde un inicio, ya que se realizaron planos pensando en la colocación de los mismos para post producción. A nivel de cámara, el factor más interesante y diferente es el material registrado por las cámaras del objeto enviado al espacio. El cual provee las imágenes más impactantes de todo el documental. Se desconoce si este planteamiento proviene de la producción del documental o del artista mismo.

La iluminación es totalmente natural, sin embargo, el trabajo más destacable a este nivel es el de la colorización. En post producción se resaltaron los colores vivos, aumentando su intensidad. Esto produjo que las flores resalten del entorno y más aún cuando se encuentran el espacio.

El color es el elemento más resaltante a nivel visual en este documental. El tratamiento de color se realizó considerando el centro de la producción, que son las flores del artista.

- Uso del sonido:

El sonido en este documental se encuentra en dos canales principales. Por un lado, se encuentra la voz del artista Azuma Makoto, quien narra el proyecto a medida que se aprecia la realización. En paralelo se tiene música de acompañamiento, que llena los espacios vacíos, a nivel sonoro, del documental. Esta música está hecha por un piano en clave alta, lo que imprime un aire de esperanza al video.

Estos elementos se encuentran al servicio del artista. En este documental, el sonido no tiene una predominancia, por lo que funciona como elemento de acompañamiento a la imagen, que, en este caso, representa el centro del documental.

- Método de narración:

La narración de esta historia atraviesa dos momentos. En la primera parte, Makoto cuenta cómo llegó a ser un artista que utiliza las flores como medio de expresión. En la segunda parte, el artista explica el proyecto que se ve en imágenes, propone las bases filosóficas y artísticas que sirven a su propósito para luego terminar demostrando el funcionamiento de su obra.

Toda la línea narrativa es guiada por el mismo Makoto y es a través de él que seguimos la obra en cuestión.

- Recursos estéticos:

En este documental no se utilizan recursos estéticos muy marcados, ya que se realiza un gran esfuerzo en la composición principal de la imagen. Sin embargo, se observaron planos detalle con amplia profundidad de campo y escenas en *slow motion*, que aportan como detalles estéticos al documental.

Análisis del contenido

El documental está impregnado por la idea central del artista, explorar los conceptos de belleza y límites físicos. Siendo así, el documentalista opta por poner en primer lugar a la obra dejando al artista en un honroso segundo plano.

- Contexto y tema central:

Este documental nace como propuesta artística y busca explorar los conceptos de belleza y vida en el mundo. Es parte de la intención del artista y del realizador del documental mostrar cómo la belleza no posee barrera y puede ser colocada incluso en los lugares más extremos del planeta. En paralelo, el artista discute la vida de las plantas, y la alta volatilidad que ésta tiene. Encuentra la poesía en ver cómo algo tan frágil como una flor es expuesta a un ambiente hostil para la vida, sin dejar que eso afecte

- Modo de acercamiento al personaje:

En este documental, se asumirá a la obra de arte como el personaje principal del video. Siendo así, este se abordará desde la persona que le dio vida. A través del punto de vista del artista uno entiende la obra y la intención que esta tiene. Por ello es al artista quien narra el documental, ya que es quien conoce más íntimamente a la obra y es él quien nos invita a ser parte de ella. En esta situación, el documentalista fue capaz de ser él quien narre la obra,

desde su punto de vista, sin embargo, optó por dar la batuta a alguien que conoce mucho mejor el tema.

- Postura del realizador frente al tema:

El realizador, desde el planteamiento visual y narrativo, demuestra que concuerda con el punto de vista de Makoto. Él se embarca en la misma misión de intentar mostrar la belleza de las flores en un ambiente hostil, que no por eso deja de tener una belleza especial. De allí la necesidad de realizar este documental.

4.1.2.3 Nombre del documental: “Dancing Like Warriors”

Tabla 7

Ficha técnica Dancing Like Warriors

Dancing Like Warriors	
Año de realización	2017
Creador	Great Big Story
Duración	3 minutos 20 segundos
Género	Documental
Idioma	Inglés
País	Estados Unidos
Productora	Great Big Story
Sinopsis	Micro documental que narra la tradición del Hula Dancing, una danza tradicional hawaiana que siempre fue considerada para mujeres a pesar de ser tradicionalmente una danza de guerreros.
Versión en Facebook: https://www.facebook.com/greatbigstory/videos/1827849944184097/	
Host	Great Big Story
Fecha de publicación	12 de abril del 2018
Reproducciones	37 millones de reproducciones
Respuestas	23 mil reacciones y 739 comentarios
Compartidos	12 mil veces compartido

Opiniones	Las reacciones y comentarios en esta plataforma son totalmente favorables para el tema en cuestión, se saluda a los personajes del video, quienes mantienen una tradición milenaria propia de su región. Dicha acción genera una acción de reconocimiento por parte de los usuarios.
Versión en YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=BFT-M18N2A4	
Host	Great Big Story
Fecha de publicación	28 de marzo del 2017
Reproducciones	775 mil 450 reproducciones
Respuestas	13 mil 530 reacciones y 590 comentarios
Opiniones	Las respuestas en los comentarios certifican el recibimiento del video en las reacciones. Los comentarios vuelven a demostrar su agradecimiento al grupo de bailarines del Hula por preservar las tradiciones Hawaianas.

Datos obtenidos en redes sociales (Fuente: Elaboración propia)

Análisis del lenguaje Audiovisual

A nivel visual, este documental es prolijo. No rompe códigos audiovisuales en pro de la estética, pero cada uno los planos están bien cuidado. Este video permite que la historia sea contada apoyando la narración más que haciendo grandes aportes desde la grabación. El punto de interés es el personaje dentro del cuadro, más no el cuadro.

- Uso de la cámara:

Como se mencionó anteriormente, este documental no busca generar imágenes estéticamente impresionantes, sino que se conforma con tener las imágenes correctas en el momento indicado. Se observan registros de cámara fija y en movimiento, la segunda es siempre muy lenta y cuidada, no existen cambios bruscos a nivel visual. La cámara permite que sean los personajes dentro de cuadro los que cuenten la historia, e intenta no interferir con la narración.

La iluminación es natural y se aprovecha la estética del lugar para realizar planos de apoyo. La colorización resalta los colores verdes, amarillos y azules; que tiene mucha presencia en la ropa de los bailarines y el mar. Todo el documental tiene una coloración cálida.

- Uso del sonido:

El sonido se divide en dos. Por un lado, está la voz del narrador, que va entregando la información a los usuarios. A modo de acompañamiento se utiliza música propia de la danza Hula Hawaiana, para mantener la sensación de inmersión en la cultura. Al tener esta música una base rítmica muy clara, también aporta al ritmo de la escena y como acompañamiento de la danza de los personajes.

- Método de narración:

La narración, en este caso, la realizan varios miembros del grupo de danza, sin embargo, todos siguen una misma línea. Explican lo que el Hula significa para ellos, y para la cultura del lugar, además de su importancia y las dificultades que tiene su perpetuidad.

Estas narraciones provienen de una entrevista realizada por el documentalista que se aprecia de tiempo en tiempo durante el video.

- Recursos estéticos:

En este documental no se utilizan recursos estéticos muy marcados, ya que se realiza un gran esfuerzo en la composición principal de la imagen. Sin embargo, se observaron planos detalle con amplia profundidad de campo y escenas en *slow motion*, que aportan como detalles estéticos al documental.

Análisis del contenido

Este documental toma como excusa la investigación del Hula como un medio para visibilizar la cultura Hawaiana, desde sus principios hasta sus costumbres. Además de derribar mitos propios de la danza.

- Contexto y tema central:

Este contenido se realiza en un intento por revalorizar la cultura Hawaiana y demostrar cómo una danza puede contener tanta historia y costumbres dentro de sí misma.

Dancing Like Warriors se desarrolla en un contexto de “glocalización”, tendencia social que propone revalorar las costumbres locales de las culturas mundiales de forma global. Demostrar afuera la idiosincrasia e importancia de las tradiciones nacionales de cada pueblo.

- Modo de acercamiento al personaje:

Al igual que en el documental anterior, aquí los personajes no son los que bailan el Hula, sino el Hula mismo. Esta danza es explorada por aquellos que la realizan, quienes narran a los usuarios su importancia y complejidad. A través de la narración de los alumnos y el profesor de este grupo, uno llega a entender a grandes pinceladas la importancia cultural de este baile y los errores que uno tenía en mente.

Es decisión del documentalista apoyarse en verdaderos conocedores del tema para que expongan su postura al respecto.

- Postura del realizador frente al tema:

El documentalista está presente más como espectador en su propio documental, si bien su trabajo es el de la investigación, permite que, narrativamente, sean los propios bailarines los que cuentan su punto de vista sobre danza.

4.1.2.4 Nombre del documental: “Disney Meets Dalí”

Tabla 8
Ficha técnica Disney Meets Dalí

Disney Meets Dalí	
Año de realización	2017

Creador	Great Big Story
Duración	2 minutos 29 segundos
Género	Documental
Idioma	Francés (Subtitulado)
País	Francia
Productora	Great Big Story
Sinopsis	Documental que muestra el espacio creativo creado por Slava, un antiguo payaso ruso que decidió vivir en retiro en un espacio de creación libre e imaginación ilimitada.
Versión en Facebook: https://www.facebook.com/greatbigstory/videos/1826575610978197/	
Host	Great Big Story
Fecha de publicación	9 de abril del 2018
Reproducciones	2,1 millones de reproducciones
Respuestas	6,2 mil reacciones y 326 comentarios
Compartidos	4,6 mil veces compartido
Opiniones	Los comentarios hacia este contenido son totalmente positivos. Algunas personas comparan sus experiencias viendo a Slava en diferentes espectáculos mientras que otros alaban el lugar y manifiestan su intención de visitarlo
Versión en YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=BFT-M18N2A4	
Host	Great Big Story
Fecha de publicación	10 de Julio del 2017
Reproducciones	113 mil 762 reproducciones
Respuestas	3 mil 284 reacciones y 135 comentarios
Opiniones	Al igual que en la página de Facebook, los comentarios son ampliamente positivos acerca de este lugar. Algunas personas demuestran su interés por visitarlo mientras que otras comparan sus experiencias mientras veían el video.

Datos obtenidos en redes sociales (Fuente: Elaboración propia)

Análisis del lenguaje Audiovisual

Una vez más, el lenguaje audiovisual queda al servicio de la narración y sirve como elemento de acompañamiento a la historia. A pesar de tener la posibilidad de innovar con un tema tan oportuno, prefieren manejar un lenguaje correcto con la intención de que la historia se llegue a entender.

- **Uso de la cámara:**

La cámara se utiliza de forma o fija o realizando pequeños movimientos a través de los escenarios y los personajes. Debido a la temática del video, es necesario realizar planos detalle y planos generales que permitan ver la academia de Slava. Igual que en el anterior documental, la cámara permite que el movimiento interno del personaje es el que otorgue el ritmo a la escena.

La iluminación también es natural y se aprovechan los objetos extraños de la zona para componer y utilizar contraluces. La colorización es intensa y cálida, permite que el color de los objetos resalte frente al verde del lugar.

- **Uso del sonido:**

El sonido está dividido en dos puntos. Existe un narrador que va guiando la historia y una música de fondo que acompaña la narración. La narración la realizan dos personas, la documentalista y Slava. La música de acompañamiento es una tonada viva con instrumentos que recuerdan al circo o los cines antiguos, esto con la intención de hacer referencia al pasado circense de Slava y la sensación creativa del lugar que se ve.

- **Método de narración:**

A nivel de la narración, en este documental se tienen 3 momentos. En un primer momento es la misma documentalista quien presenta en off a Slava y cuenta su recorrido por el circo. Una vez presentado, Slava es entrevistado y es él quien toma la posta de la narración. En un tercer momento se alternan tanto documentalista como Slava para contar juntos las características de la *Academy of Fools*.

- Recursos estéticos:

En este documental no se utilizan recursos estéticos muy marcados, ya que se realiza un gran esfuerzo en la composición principal de la imagen. Sin embargo, se observaron planos detalle con amplia profundidad de campo y escenas en *slow motion*, que aportan como detalles estéticos al documental.

Análisis del contenido

El título de este documental hace referencia a dos íconos de la cultura pop mundial: Dalí y Disney. A través de estos nombres pretende explicar la imagen a la que nos expondrá posteriormente, una extraña combinación entre surrealismo e imaginación infantil.

- Contexto y tema central:

Este documental se desarrolla haciendo uso de referencias conocidas por la mayoría de las personas: Dalí y Disney. Así intenta contar lo que es *Le Moulin Jaune*, un espacio de libertad creativa creada por Slava, un antiguo payaso de origen ruso. A través de este lugar, Slava (y también la documentalista) pretenden demostrar cómo un lugar físico puede ser reflejo del desorden mental que las personas creativas tienen en la cabeza. Es un espacio libre de razonamiento lógico, donde la necesidad de crear es mayor a la necesidad de ser útil. Bajo esa filosofía se narra la historia de la creación de la *Academy of fools*.

- Modo de acercamiento al personaje:

El personaje en este documental es Slava. Si bien gran parte del documental está dedicado a la explicación de *Le Moulin Jeune*, se da a entender que este lugar no es más que un reflejo de la mente de Slava. Por ello la documentalista decide presentar al personaje al inicio, para lograr entender su creación después.

- Postura del realizador frente al tema:

Tanto Slava como la documentalista comparten la misión de visibilizar algo que es usualmente invisible, la imaginación. Como se menciona en el punto anterior, la realizadora busca externalizar a Slava y lo hace al compararlo al lugar con el payaso, demostrando que ambos son uno mismo.

4.1.3 Nowness

Nowness es, definitivamente, un caso especial. Tanto la forma en la que fue creada como el público al que se dirige, termina siendo una especie de burbuja artística con estética y temática que definitivamente no es masiva. En los siguientes párrafos se busca entender el sistema de creación propuesto por Nowness y la forma a través de la cual sus documentales han capturado la esencia de la cinematografía y la han rediseñado para redes sociales.

Nowness es una plataforma creada en 2010 por LVMH Moët Hennesy Louis Vuitton, reconocida marca de ropa y accesorios de lujo. Nace como respuesta ante la caída del portal de eLuxury.com, página de moda que ofrecía un espacio de visualización para marcas asociadas al lujo. Nowness nace como una revista digital donde se concentraría contenido como video, música, imágenes y artículos. Sin embargo, con el tiempo, la plataforma empezó a mutar concentrándose solamente en la creación y curaduría de videos más que en los demás formatos (Schomer, 2010). Al inicio, la página tenía un fin totalmente comercial, que utilizaba la creación de contenido solo como una herramienta para atraer marcas y consumidores, pero Nowness se transformó hasta convertirse en una casa realizadora (Southern, 2016).

En la actualidad, el sistema de creación de Nowness es bastante claro. Su manejo de contenido puede ser de tres formas: 1) pueden recibir piezas realizadas por directores de renombre y con alto cuidado artístico para ser parte de su catálogo; 2) los creadores pueden acercarse a la página buscando coproducir junto a ellos el material; y 3) existe contenido creado puramente por Nowness como casa realizadora (Nowness, s.f.). La forma en la que Nowness monetiza sus videos es de cierta forma clásica, buscan marcas con las que pueden generar *branded content* y que la marca puede continuar usando como parte de sus estrategias publicitarias. Algunas de las marcas que han colaborado con ellos hasta hoy son Nike, Audi, Mini y Gucci (Southern, 2016).

Hasta este punto se nota que la plataforma no es muy diferente de muchas otras, sin embargo, basta con ver alguna de sus piezas para entender su naturaleza. Al estar asociada con una marca de tanto prestigio, todo contenido que está en la página tiene como requisito ser de un grado artístico muy alto, por motivos que el mismo director de la página explica:

We are living in an age of information overload”, said Daniel Coutinho, managing director o Nowness. “On Facebook you can watch a video and now know who the publisher is. We want to cut out the White noise on line (Southern, 2016)

Esta frase de Daniel Coutinho explica el centro de Nowness: crear y difundir contenido de autor. Por ellos la plataforma se ha concentrado en hacer contenido original bajo diferentes series de videos, como “*In Residence*” que se adentra en el mundo de la arquitectura a través de entrevistas con artistas y “*Food Forward*”, serie de micro documentales que explora la aparición de tendencias en comida en todo el mundo.

Como se mencionó anteriormente, esta página no busca ser masiva, sino llegar a un público realmente pequeño. Este contenido está dirigido a artistas y creadores, que usualmente se convierten en creadores de tendencia y que están continuamente ávidos de buscar nuevas referencias y sitios de inspiración (Southern, 2016).

En conclusión, Nowness se convierte en uno de los ejemplos más extraños de creación de contenido para redes sociales, ya que no busca ser masivo. Esta empresa no trata de viralizar su contenido, sino distribuirlo en el pequeño grupo de personas que realmente valoran la calidad de sus videos. Si bien esta casa productora no solo realiza microdocumentales, siempre guarda un perfecto cuidado de la calidad cinematográfica de sus piezas. Es importante señalar que, a pesar de estar tan bajo del radar, ha conseguido premios en festivales de cinematografía como el *Berlín Fashion Film Award* en 2014 y festivales para creación de contenido en redes sociales (Nowness, s.f.)

4.1.3.1 Nombre del documental: “Scenes: Mexico City Punks”

Tabla 9
Ficha técnica Scenes: México City Punks

Scenes: Mexico City Punks	
Año de realización	2017
Creador	John Merizalde
Duración	3 minutos 8 segundos

Género	Documental
Idioma	Español (Subtitulado)
País	México
Productora	Whitelist (Distribuido por Nowness)
Sinopsis	Documental que presenta de forma somera la escena punk mexicana del distrito federal. Este documental pone en primer lugar a las personas a quienes se realiza un corto seguimiento.
Versión en Facebook: https://www.facebook.com/nowness/videos/10156262001012454/?q=mexico%20city%20punks	
Host	Nowness
Fecha de publicación	13 de enero del 2018
Reproducciones	60 mil reproducciones
Respuestas	91 mil reacciones y 7 comentarios
Compartidos	20 veces compartido
Opiniones	Las reacciones a este video por este medio son realmente limitadas. Cantidad de visualizaciones supera en gran número a la cantidad de interacciones que consiguió el video con su público, lo que lo hace un elemento imposible de analizar.
Versión en YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=BFT-M18N2A4	
Host	Nowness
Fecha de publicación	30 de septiembre del 2017
Reproducciones	8 mil 34 reproducciones
Respuestas	237 reacciones y 13 comentarios
Opiniones	Las pocas interacciones conseguidas por el video son de identificación con la escena punk mexicana. Aparte de ello, también resulta imposible de conseguir más información en este aspecto.

Datos obtenidos en redes sociales (Fuente: Elaboración propia)

Análisis del lenguaje Audiovisual

El lenguaje audiovisual en este documental está completamente nutrido por el tema. El uso técnico de la imagen termina siendo un elemento narrativo más, a diferencia de otros documentales donde solo se convierte en un medio.

- **Uso de la cámara:**

La cámara en este documental se divide en dos modos de uso. En un primer momento se aprecian cámaras estáticas o con movimientos muy sutiles que otorgan un ritmo pausado y claro que permite escuchar la narración en off. En un segundo momento, la cámara realiza movimientos bruscos que asemejan al movimiento dentro del mismo cuadro. La combinación de ambos usos permite generar un ambiente mixto de desenfreno y calma según el momento en que se necesite. Las entrevistas y la narración están acompañada de las tomas fijas, mientras que las tomas en movimiento usualmente están acompañadas de música punk.

La iluminación es artificial, propia de la cámara y de los puntos de luz de los locales. Al ser un documental grabado enteramente de noche, se aprovechan los puntos de luz ya existentes para colocar a los personajes y realizar las entrevistas. La colorización del documental está virada hacia los colores tierra, que apoyan la sensación de desenfreno del punk.

La edición también juega un papel esencial en el documental. El manejo de ritmos, a nivel de edición es loable, ya que logra generar el desenfreno deseado sin tener que hacer cortes muy seguidos. El editor aprovecha el movimiento interno de la escena para contrarrestar la falta de cortes.

- **Uso del sonido:**

La narración de los diferentes personajes que se entrevistan durante el documental está acompañada de música punk. La música se convierte en el elemento central cuando la escena no contiene narración, sin embargo, pasa a un segundo lugar cuando se escuchan las narraciones. Esta propuesta sonora concuerda con la filosofía expresada por uno de los personajes, quien menciona que “la música ‘pasa a un segundo plano, el punk está construido por la gente”

- Método de narración:

La narración del documental la entregan los mismos partícipes de esa cultura urbana. Se recogen diferentes testimonios y puntos de vista para construir entre todos una imagen general de lo que significa el punk para la gente.

- Recursos estéticos:

Este documental hace uso de diversos recursos estéticos sobre todo en la post producción. El uso de *slow motion* utilizando a una baja velocidad de captura de *frames* da la sensación de movimiento que se aprecia en la introducción. Lo mismo sucede con la post producción de sonido, que en ciertos momentos edita el audio para “enterrarlo” generando la sensación de ser escuchada a lo lejos, en baja fidelidad.

Análisis del contenido

El contenido de este documental respira la misma sensación que el tema. Este es un video Punk, así que siente cierto “desorden ordenado” propio de este género musical. Esto se construye no sólo con la propuesta audiovisual y técnica, sino también con la narración.

- Contexto y tema central:

Este documental sobre la escena punk mexicana tiene por objetivo demostrar que esta no sólo consiste en un género musical, sino que es una cultura urbana completa alrededor de esta. A través del video se expresan los principios y costumbres de la gente punk. El contexto de creación del punk es oportuno en cualquier momento, ya que es un movimiento altamente contestatario que siempre encuentra alguna razón para protestar.

- Modo de acercamiento al personaje:

Al ser varios personajes, se realiza un acercamiento desde dos flancos. El primero es un acercamiento racional, donde se pretende entender mentalmente a las personas que integran este colectivo. En el segundo flanco se realiza un acercamiento sensorial, se explora a las

personas a través de la visualización de su forma de disfrutar los conciertos, su forma de bailar y su relación con los demás miembros de su grupo.

- Postura del realizador frente al tema:

Se piensa que, el realizador tiene un objetivo central y es el generar una nueva imagen alrededor del punk, dejar de conocerlo como un género musical y demostrar que también encierra toda una cultura urbana.

4.1.3.2 Nombre del documental: “Bulaq: Cairo’s underground Sounds”

Tabla 10

Ficha técnica Bulaq: Cairo's underground Sounds

Bulaq: Cairo’s underground Sounds	
Año de realización	2018
Creador	Wael Alaa
Duración	3 minutos
Género	Documental
Idioma	Árabe (Subtitulado)
País	Egipto
Productora	Big Foot Films (Distribuido por Nowness)
Sinopsis	Documental que presenta la escena musical underground egipcia. Con creadores musicales que buscan un sonido propio para ser escuchados fuera de su país.
Versión en Facebook: https://www.facebook.com/nowness/videos/10156257499722454/	
Host	Nowness
Fecha de publicación	10 de enero del 2018
Reproducciones	89 mil reproducciones
Respuestas	64 reacciones y 7 comentarios
Compartidos	12 veces compartido

Opiniones	En este medio las reacciones alcanzadas por el video son mínimas, por lo que no se puede analizar este aspecto.
Versión en YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=hyjQMBfltf4	
Host	Nowness
Fecha de publicación	1 de enero del 2018
Reproducciones	8 mil 520 reproducciones
Respuestas	294 reacciones y 36 comentarios
Opiniones	Las reacciones a este video son mínimas, sin embargo, las pocas existentes usan los comentarios para elogiar el material creado al igual que a los artistas que se presenta en el video.

Datos obtenidos en redes sociales (Fuente: Elaboración propia)

Análisis del lenguaje Audiovisual

El uso del lenguaje audiovisual en este documental responde a la cultura de la que se habla en el video. Al hablar sobre la música underground en el Cairo, la imagen y sonido tendrá que estar impresa de la sensación de dicho mundo, tal como lo hace este documental.

- Uso de la cámara:

El uso de la cámara en este documental posee dos características principales.

En primer lugar, está la cantidad de movimiento, la cámara refuerza el ritmo de la escena a través de sus propios movimientos. En las escenas calmadas se utilizan planos fijos y en los momentos de alto movimiento se utiliza cámara al hombro.

En segundo lugar, el ángulo de la cámara es una herramienta clave en este documental para contar la historia. Existen tres escenas donde se utiliza una angulación especial. En una se observa un grupo de pájaros volando, y para ello se realiza una toma nadir; mientras que en otras dos escenas se ve al grupo de chicos de Soska montando motocicleta en la ciudad grabados desde un dron con angulación cenital. La idea de tener a los chicos desde un punto de vista cenital los “entierra” les quita la posibilidad de tener el cielo de la primera imagen. Esto narra de forma audiovisual la situación de los personajes y su estado.

La iluminación está planteada de forma artificial para las escenas de noche. A través de los colores neón y los láseres se busca transmitir la sensación de la música que Soska crea. El choque en las luces artificiales y la oscuridad de la noche demuestra cómo ellos son parte de un mundo irreal de diversión y desenfreno en medio de una realidad que respira todo lo contrario. Los colores usados están virados hacia el verde y el amarillo, y se utilizan altos contrastes durante todo el documental.

- Uso del sonido:

La música que se utiliza es composición original de Soska. Esta relata la forma en la que la vida del *ghetto* egipcio es complicada y cómo él busca encontrar una salida (que termina siendo un paliativo) a este mundo.

Se utilizan también algunos sonidos extradiegéticos como golpes y disparos, estos se utilizan para generar el ambiente que se siente en el *ghetto* del Cairo usualmente y cómo estos sonidos se fusionan con la música creada allí mismo

- Método de narración:

Para la narración de este tema se entrevista a Soska, cuyo punto de vista es expresado durante el documental. De igual forma, es notoria la presencia del documentalista, quien utiliza sus recursos audiovisuales para hacerse presente en la narración, sin interrumpir la narración del Dj.

- Recursos estéticos:

El recurso estético con mayor presencia, más allá de los *slow motions*, es el formato de pantalla que se decidió utilizar para el documental. A diferencia del clásico 16:9, que es más utilizado en la actualidad, se decidió utilizar un formato 4:3, que da una sensación de antigüedad al material.

Análisis del contenido

Este documental busca evidenciar la vida del *ghetto* del Cairo y cómo algunos jóvenes buscan medios de escape que les posibilite pertenecer a un mundo más amplio que ése.

- Contexto y tema central:

El contexto del documental también está planteando en el mismo video. Se muestra un espacio violento y sepulcral donde un grupo de jóvenes encontró una especie de oasis en la música. El documental demuestra la forma en la que ambos elementos se fusionan, creando un ambiente óptimo para su desarrollo.

- Modo de acercamiento al personaje:

Este documental presenta dos puntos de vista. El documentalista permite al personaje mostrar su punto de vista y narrarlo durante todo el documental, pero al mismo tiempo, se expresa a través del lenguaje audiovisual. Así conviven dos relatos en paralelo.

- Postura del realizador frente al tema:

El documentalista pretende que Soska se muestre como un productor musical sumido en el *ghetto*, desde donde produce música que respira su mismo ambiente. Para Soska el centro es la música, sin embargo, para el documentalista, los verdaderos personajes son ellos, y sobre ellos, arma todo un relato

4.1.3.3 Nombre del documental: “Street Racers of the Caribbean”

Tabla 11

Ficha técnica Street Racers of the Caribbean

Street Racers of the Caribbean	
Año de realización	2018
Creador	Aurelien Heilbronn

Duración	3 minutos 5 segundos
Género	Documental
Idioma	Español (Subtitulado)
País	República Dominicana
Productora	Nowness
Sinopsis	Documental que presenta la vida nocturna y costumbres de los motociclistas de la República Dominicana, haciendo hincapié en sus pasiones y motivos para llevar esta vida.
Versión en Facebook: https://www.facebook.com/nowness/videos/10156075210707454/?q=nowness%20street%20racers	
Host	Nowness
Fecha de publicación	5 de noviembre del 2017
Reproducciones	22 mil reproducciones
Respuestas	80 reacciones y 4 comentarios
Compartidos	10 veces compartido
Opiniones	En este medio las reacciones alcanzadas por el video son mínimas, por lo que no se puede analizar este aspecto.
Versión en YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=hyjQMBflt4	
Host	Nowness
Fecha de publicación	17 de agosto del 2017
Reproducciones	5 mil 501 reproducciones
Respuestas	127 reacciones y 13 comentarios
Opiniones	Las reacciones a este video son mínimas, sin embargo, las pocas existentes usan los comentarios para criticar la afición de los jóvenes por el motorismo, sin cumplir con las medidas básicas de seguridad.

Datos obtenidos en redes sociales (Fuente: Elaboración propia)

Análisis del lenguaje Audiovisual

El lenguaje audiovisual en este documental funciona como contraposición al tema que se toca. El tipo de vida y costumbres de los motociclistas de República Dominicana se contraponen a la belleza con la que el autor intenta retratarla. Se busca mostrar el lado bello del amor por las motocicletas.

- **Uso de la cámara:**

El uso de la cámara en este documental plantea una mirada fuertemente estética que pretende mostrar cada imagen con mucho cuidado. Las características del uso de la cámara en este documental son las siguientes:

Se realizan pequeños movimientos de cámara usando un *Steadycam* o un *slider*. Este movimiento dota de profesionalismo a la imagen. Al ser un movimiento ligero y lento hace que el centro de atención sea el personaje en la imagen, mas no el movimiento en sí. Se encontraron también, planos de movimiento y de seguimiento a los motociclistas. Estas tomas se realizaron desde un vehículo también en movimiento y logran capturar la velocidad a la que estos jóvenes se movilizan.

Se identificaron también, tomas panorámicas realizadas con drones. Esto demuestra el interés del realizador por el cuidado de cada plano y la belleza que este transmita. Algunas de las tomas también han sido intervenidas en postproducción para asemejar una calidad menor a la real. Para conseguir esto se incrementó la cantidad de grano en la imagen y se bajó la calidad del color en la imagen.

La iluminación del documental está altamente cuidada. En escenas de interiores como en las entrevistas a los personajes, se colocó una iluminación con un color determinado que soporta la idea y la sensación del momento. Las tomas de faros en la noche de la autopista también denotan un trabajo a nivel de color, ya que se variaron a propósito las tonalidades de los faros.

- **Uso del sonido:**

La música utilizada es música sinfónica. Se le da una predominancia especial a los instrumentos de viento, que generan las atmósferas emocionales en cada momento. Esta música acompaña a todo el documental y funciona como acompañamiento en segundo plano.

Dentro de todos los sonidos diegéticos que se encuentran en este contenido, se da predominancia al sonido de los motores de las motocicletas. Al ser el eje narrativo de la historia, este sonido toma relevancia a nivel de volumen para generar presencia en la narración.

- Método de narración:

La narración de este documental es en su mayoría visual. La imagen se apoya de narración en off y entrevistas cortas que dan información sobre el mundo del motociclismo. Sin embargo, la mayor cantidad de información proviene de las imágenes mostradas que no tiene narrador. Es un documental que pretende ser más sensitivo que cognitivo.

- Recursos estéticos:

El recurso estético más usado es el Slow Motion. Este efecto se utiliza para tomas de los rostros y planos detalles. Además, se ha intervenido diferentes escenas del documental para darles una estética antigua, a través de grano en la pantalla y degradación del color.

Análisis del contenido

Este documental busca evidenciar la vida del *ghetto* de los aficionados al motociclismo en República Dominicana. Al ser un grupo humano asociado al vandalismo y la pobreza, se siente la contraproducción al ser tratado con un cuidado de la imagen casi cinematográfico, elemento que plantea el punto de vista del autor.

- Contexto y tema central:

El tema central del video, desde el punto de vista del investigador del presente trabajo, es identificar la belleza de la pasión. El cuidado que se tiene en cada imagen del documental

demuestra que no por ser un tema asociado al bajo mundo, debe ser tratado audiovisualmente por igual.

- Modo de acercamiento al personaje:

En este caso, el personaje es el grupo humano reunido alrededor de un interés común, el motociclismo. Para realizar el documental, se recoge información de los miembros del grupo, a través de entrevistas sobre su pasión su y la vida que llevan. Sin embargo, son las imágenes las que logran capturar no sólo información sobre el tema, sino las sensaciones que se viven alrededor del mismo. El acompañamiento permite obtener esta información.

- Postura del realizador frente al tema:

Para el documentalista, la estética y la belleza juegan un rol fundamental en el tema. A través de estos recursos, eleva un tema naturalmente asociado a la fealdad. A través de las imágenes que elige realizar, muestra que las pasiones que despierta este grupo de personas son bellas y exigen ser compartida con otras personas.

4.1.3.4 Nombre del documental: “The God of DDR: Hiroyuki Inamura”

Tabla 12

Ficha técnica The God of DDR: Hiroyuki Inamura

The God of DDR: Hiroyuki Inamura	
Año de realización	2017
Creador	Oscar Hudson
Duración	5 minutos 7 segundos
Género	Documental
Idioma	Japonés (Subtitulado)
País	Japón
Productora	Nowness

Sinopsis	Documental sobre Hiroyuki Inamura, quien, tras hacerse viral en un video de baile, es reconocido como un dios del Dance Dance Revolution.
Versión en Facebook: https://www.facebook.com/nowness/videos/10155764131737454/	
Host	Nowness
Fecha de publicación	20 de Julio del 2017
Reproducciones	44 mil reproducciones
Respuestas	402 reacciones y 25 comentarios
Compartidos	97 veces compartido
Opiniones	En este medio las reacciones alcanzadas sugieren una amplia aceptación tanto por el contenido como por el personaje.
Versión en YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=PPfW6e1MCH8	
Host	Nowness
Fecha de publicación	6 de Julio del 2017
Reproducciones	17 mil 521 reproducciones
Respuestas	386 reacciones y 19 comentarios
Opiniones	Las reacciones a este video son mínimas, por lo que no se puede llegar a una conclusión sobre ellas.

Datos obtenidos en redes sociales (Fuente: Elaboración propia)

Análisis del lenguaje Audiovisual

El lenguaje audiovisual en este documental está fuertemente influenciado por el país de origen y el tema que trata. Ambos referentes se verán a continuación.

- Uso de la cámara:

El uso de la cámara en este documental tiene un cuidado altamente cinematográfico. Por un lado, está influenciado por el cine asiático a nivel de composición, mientras que algunos otros, van de acuerdo a la temática del *Dance Dance Revolution*.

Respecto a la composición de los planos, se observaron planos totalmente asimétricos, con cámaras aberrantes. Mientras que otros planos son perfectamente simétricos y con una composición impecable. Este tipo de encuadres es propio del cine asiático, que utiliza

siempre los extremos. Los encuadres asimétricos y aberrantes son utilizados sobre todo para las escenas donde él está bailando; en estos momentos también se opta por tener una cámara con mucho movimiento, e incluso rotaciones sobre su propio eje. Mientras que, en las escenas donde el personaje no está bailando, se mantiene una estructura plana y recta en la toma, lo que refleja los dos mundos en los que el personaje se desarrolla.

Por otro lado, se observa que el documental toma prestados algunos elementos del juego *Dance Dance Revolution*, como las flechas y los colores titilantes. Este tipo de imagen genera mayor movimiento en la escena y además soporta el tema central.

Si bien, la iluminación es correcta, sin llegar a ser extraordinaria, la colorización del material tiene una calidad cercana a la cinematografía.

- Uso del sonido:

La elección del trabajo sonoro es interesante en este documental ya que no se optó por la opción común de utilizar la música propia del juego para apoyar al tema, sino que utilizó música de tensión electrónica que genera un ambiente muy diferente en la pieza.

La música del videojuego llega a escucharse de forma sutil en los últimos minutos del video y se identificó también un juego de planos a nivel sonoro hacia la mitad del documental

- Método de narración:

La narración del documental se soporta tanto en la información que da en el personaje en las entrevistas, como en el seguimiento que se le hace. Ambas líneas narrativas se desarrollan en paralelo. Mientras una otorga información cognitiva, la imagen da una escena sensorial.

- Recursos estéticos:

La edición juega un papel importante en este contenido, ya que otorga al documental un ritmo propio y hace pequeños juegos que mantienen al espectador en el hilo de la historia. También se realizaron tomas en parajes altamente estéticos, que dotan de profesionalidad al contenido.

Análisis del contenido

Este documental demuestra el paralelismo en la vida de Hiroyuki Inamura, quien vive en un mundo cuadriculado que es roto cada vez que opta por concentrarse en su baile y disfrutarlo.

- Contexto y tema central:

El tema central del video se desarrolla en un contexto de tecnología. Tanto el videojuego *Dance Dance Revolution*, como la viralización del video en el que se ve bailando, son muestras de las capacidades tecnológicas del ser humano y su influencia en nuestras vidas.

- Modo de acercamiento al personaje:

A este personaje se le realizan entrevistas y seguimientos para poder ser abordado. No obstante, el autor también hace uso de una reconstrucción visual del personaje al llevarlo cerca de un lago para que pueda bailar. Esa participación del autor hace que el personaje tome una tridimensionalidad buena.

- Postura del realizador frente al tema:

Claramente, el punto de vista del autor responde a la necesidad de descubrir poco a poco al hombre que está detrás de un viral. Para ello, desea hacer ingresar al público al día a día de este personaje. Para el documentalista, existe belleza en la contradicción de los dos mundos en los que Hiroyuki vive.

4.2 Entrevista a Especialistas

4.2.1 José Balado

La entrevista a José Balado (Comunicación personal, 8 de noviembre, 2018) arrojó información muy útil a la presente investigación, ya que su punto de vista técnico permitió descubrir los sistemas de trabajo de alguno de los medios analizados previamente. Los puntos más importantes de esta entrevista serán expuestos a continuación.

En primer lugar, el entrevistado compartió su punto de vista sobre el concepto de documental, ya que, como se vio en el marco teórico, es muy difícil llegar a un sólo concepto que logre englobar todas las características de un género que se reinventa más rápido de lo que se conceptualiza. Para Balado, el concepto de documental preferido es el postulado por John Grierson, quien define el documental como “el tratamiento creativo de la realidad”. Este concepto engloba dos puntos muy importantes: realidad y creatividad. La realidad cumple la función de materia prima para el documental, pero es la creatividad la que interviene para generar piezas audiovisuales de valor y diferentes de lo conocido. Es justamente la intervención de la creatividad la que termina haciendo que el documental sea un género altamente variable y en constante reinención.

Al ser consultado sobre las diferencias entre un reportaje y un documental, Balado identifica al “tiempo de maduración” como el elemento diferenciador entre uno y otro. El reportaje, al funcionar bajo un sistema de producción en masa, termina siendo limitado por el tiempo y la urgencia, que afecta a la calidad y el tipo de contenido que se genera. En medios como la televisión, los reportajes deben generarse con muy poco tiempo de antelación, por lo que el producto no llega a explorar más de lo que es necesario para cumplir con el requerimiento. Además, el reportaje también suele nacer de un requerimiento exterior, a diferencia de los documentales, que nacen de la necesidad comunicativa de un autor. En cambio, el documental si tiene un mayor tiempo de maduración, es decir, el autor tiene más tiempo para investigar el tema, llegar a un punto de vista y generar un sistema audiovisual que le permita exponer su punto de vista con mayor efectividad ante los espectadores.

Bajo esta última premisa, el entrevistado está de acuerdo con que las piezas analizadas en este trabajo de investigación son documentales y no reportajes.

Respecto a las diferencias entre los documentales en redes sociales y los documentales cinematográficos, Balado argumenta que el tiempo de duración es el eje básico de comparación. Claramente, los documentales en redes sociales tienen una duración menor a los documentales cinematográficos, y esto hace que el documental en sí sufra muchas variaciones, tanto positivas como negativas. La disminución en el tiempo del producto facilita la realización de este y permite que se pueda generar mayor contenido en menor tiempo. Además, permite que la calidad del mismo tenga mayor cuidado, ya que se tiene más tiempo para ultimar detalles en la producción. La estructura narrativa también sufre variaciones, ya que debe ser mucho más directa, al no tener tiempo de maduración en el consumidor. En este punto se puede hacer un paralelismo con la literatura, en una novela, el autor tiene más tiempo para describir escenas o manejar emociones poco a poco, en cambio en los cuentos, el autor debe sintetizar lo que desea decir e inventar medios más efectivos y rápidos para contar un mensaje con la misma fuerza en menor tiempo. Este mismo esfuerzo de síntesis debe realizarse en un documental para redes sociales, el autor debe ser capaz de contar lo mismo, pero en menor tiempo.

El entrevistado también identificó que gran parte del contenido presente en redes tiene una intención de viralización, por lo que el contenido ya no nace de la intención comunicativa del documentalista, sino de la actualidad de un tema específico. Es así que los documentales en redes están dirigidos a públicos específicos y buscan tocar temas de interés para el público, para así generar mayor interés en el contenido.

A modo de conclusión, José Balado valida el supuesto de esta investigación y está de acuerdo en afirmar que el documental en las redes sociales tiene características diferenciales lo suficientemente fuertes como para ser considerado un nuevo estilo de documental. El entrevistado concuerda en que el medio ha terminado por cambiar al producto y que esta es una oportunidad que los nuevos documentalistas deben aprovechar. Además, agrega que, desde un punto de vista personal, la realidad tiene una mejor identificación con el público que la ficción, lo que explica el creciente interés por los medios de comunicación por generar contenido documental para redes sociales.

4.2.2 Jimmy Valdivieso

El punto de vista de Jimmy Valdivieso (Comunicación personal, 12 de octubre, 2018) ofrece una visión llena de oportunidades para el documental en redes sociales. Su punto de vista trae un factor importante a esta investigación: el valor de la interactividad en los documentales en redes sociales. Este punto de vista se desarrollará a continuación.

En primer lugar, tras la visualización de los documentales estudiados en este trabajo, Valdivieso está de acuerdo en que se trata de documentales y no reportajes.

Respecto al papel de las redes sociales para el documentalista actual, Valdivieso menciona que, hasta ahora, las redes sociales sólo están funcionando como un medio de distribución. Unos 5 años atrás, las redes sociales eran utilizadas por los documentalistas sólo como medio de promoción de sus obras, tal como lo hizo el mismo Valdivieso con su primer documental “Esa gente Existe” (Lima, 2014). Hoy en día el rol de las redes sociales dejó de ser de promoción para convertirse en un medio de distribución. Para ello, claramente el formato del documental ha tenido que cambiar para adaptarse al medio y alinearse con el comportamiento de los géneros audiovisuales que nacieron en este medio. Sin embargo, Valdivieso cree que este no debería ser el punto final del documental en redes sociales.

Para el entrevistado, el documental que se encuentra en redes sociales no ha terminado de dar el gran paso hacia su reinención. En esta investigación se mencionó previamente, cómo el internet 2.0 había transformado a los consumidores en prosumidores, receptores y creadores de contenido (Nafría, 2007). Sin embargo, esta característica fundamental de la web actual no ha sido aprovechada por los documentalistas hasta ahora y ese debería ser el siguiente gran paso del documental.

Aprovechar la capacidad creadora e interactiva de las redes sociales debería ser la siguiente preocupación de los documentalistas contemporáneos. Para ello se deben generar nuevos sistemas de comunicación y reformular la forma en la que se crea un documental, labor propia de los creadores de contenido. Valdivieso propone como ejemplo, aprovechar los comentarios e ideas de las redes sociales e integrarlas a la pieza documental finalizada, como alguna vez lo hizo Edgar Morín y Jean Rouge en “Crónica de un Verano” (Francia, 1961) documental en el que, finalizado el material fue expuesto a los protagonistas y se registró la reacción de los mismos, para ser incluido en el corte final de documental. Este ejemplo

demuestra cómo, desde los años 60 ya había un interés por incluir una interactividad básica del público con los productos audiovisuales, una puerta que está abierta con los medios de hoy.

Para llegar a un documental realmente diferente, en el que las redes sociales no sólo distribuyen sino transforman de verdad el material, será un punto clave aprovechar la capacidad creativa de los espectadores y generar un contenido en el que la labor del documentalista y el público sea horizontal. Al respecto, Valdivieso menciona que también es importante que los documentalistas dejen el paternalismo clásico en el que el autor tiene algo que enseñar al público. Parte de transformar el documental, es que sus autores sigan las reglas de la posmodernidad, en la que tanto creador como consumidor están al mismo nivel y ambos tienen algo que aportar.

Como conclusión, Jimmy Valdivieso no valida el supuesto de esta investigación ya que cree que las redes sociales aún no han terminado de transformar al documental, sin embargo, cree que este cambio está en pleno proceso y que no tomará mucho tiempo para que el supuesto llegue a ser cierto.

4.3 Análisis de Documentales

Gracias al análisis de los documentales seleccionados de las tres centrales de medios “Vice”, “Great Big Story” y “Nowness”; y la entrevista a los documentalistas José Balado y Jimmy Valdivieso, se pudo llegar algunas conclusiones respecto al comportamiento de los documentales diseñados especialmente para redes sociales.

A grandes rasgos, se identificó que las centrales de medios están comportándose como productoras industriales con un número objetivo de producción, siendo así, se vio que cada central de medios posee un formato básico, tanto visual como narrativo bajo el cual los videos se desarrollan. Este formato logra que sea más fácil llegar a producir gran cantidad de contenidos en menor tiempo, aunque esta práctica es más común en las páginas más comerciales, como lo es Vice.

Otra característica encontrada en las 3 centrales es que el contenido ha dejado de ser masivo y cada vez se dirige de forma más específica a los públicos objetivos. Las centrales han dejado de buscar a los grandes públicos, dejando de lado así el objetivo de la viralización de su contenido. Ellos buscan en cambio generar impacto en pequeños grupos objetivos.

Esta también es la razón por la que la cantidad de contenido va en aumento cuando la calidad del mismo no tiene una mejoría muy grande. Se observó que la cantidad de contenido producido es indirectamente proporcional a la calidad visual y narrativa del contenido que se produce. Esto se debe también a que, al tener menor tiempo de vida, los esfuerzos de producción se minimizan y sólo se busca una calidad óptima, más no extraordinaria.

Estas tres características iniciales muestran un fenómeno nuevo en la generación de documentales para redes sociales: la industrialización de la misma, bajo el principio de la producción en masa.

En el presente capítulo se compilarán las conclusiones a las que el autor llega tras el análisis de las piezas documentales y la entrevista a los documentalistas. Dichas conclusiones se organizarán según la central de medios a la que pertenecen.

4.3.1 Vice Media

El modelo de producción de Vice Media se ejemplifica más fácilmente al compararlo con la producción en masa, salvando las claras diferencias. Vice Media, siendo una de las centrales de medios más grandes en la actualidad, genera una gran cantidad de contenido diaria para nutrir sus más de 10 canales externos de la cadena.

Vice Media, desde su página principal en Facebook y YouTube, distribuye alrededor de 10 videos diarios, repartidos entre documentales y reportajes. La duración promedio de su contenido es de 5 minutos y tienen un tiempo de vida muy corto, lo que ha generado que la central decida optar por el reposteo. Esta práctica consiste en volver a publicar contenido antiguo dando la impresión de ser actual, de tal forma que tenga oportunidad de llegar a nuevos espectadores, ya que en redes sociales el tiempo de vida del contenido es más corto. Se identifica también que, al tener que generar una gran cantidad de contenido diario, los documentales producidos por Vice o sus páginas externas siguen un patrón narrativo y visual que normaliza la calidad del contenido. Por ello se entiende que, a mayor cantidad de contenido, existe un menor cuidado por la estética y la innovación narrativa.

En el aspecto técnico, se ve que esta central de medios cuenta con versiones diferentes del mismo documental para adaptarlo a diferentes medios como Facebook o YouTube. En Facebook, por ejemplo, los documentales incluyen subtítulos en el idioma de origen y están en formato vertical de 4:3, lo que facilita su reproducción en móviles. La visualización promedio de sus videos es de 300 mil reproducciones por pieza y sin generar una gran interactividad con los consumidores de los documentales.

A nivel narrativo, Vice Media ha generado una distribución multicanal para estar más cerca a su público objetivo agrupado por intereses; es decir, que tienen una página específica para música (*Noisey*), para personajes (*i-D*) o comida (*Munchies*). Gracias a esta subdivisión, el contenido está mejor direccionado y llega a un público objetivo más pequeño, pero más interesado en el tema. Esta central de medios también está caracterizada por tener una personalidad muy bien posicionada, como una marca joven y contestataria. Por tal motivo, siempre aprovechan los temas de coyuntura e interés en los jóvenes para la generación de contenido. Al generar documentales con contenido controversial, el interés sube y las reacciones es mayor. Esto también ha significado que la mayor parte de los mensajes distribuidos por esta central esté alineada con el pensar de la mayoría en la sociedad joven, lo que los acerca a su público objetivo evitando conflictos.

En conclusión, Vice ha llegado a un modelo de distribución de contenido que linda con la producción industrial personalizada. Esta característica hace que, como lo menciona el documentalista José Balado, los documentales de esta central sean muy cercanos hasta el punto de la confusión con el reportaje. Generando contenido de corta vida y rápidamente desechable, con grandes excepciones, claro está.

4.3.2 Great Big Story

Entre las tres centrales de medios elegidas para el análisis, Great Big Story está en un punto medio entre generar contenido de forma industrial (como Vice) y hacer documentales para públicos especializados (como lo hace Nowness). Great Big Story ha conseguido, hasta ahora, estar en el punto medio en el que su contenido es viralizado y aceptado por sus seguidores sin dejar de lado el cuidado por la estética y una narrativa más compleja.

A nivel técnico, el contenido de Great Big Story distribuye alrededor de 6 videos diarios a través las páginas de Facebook y YouTube, de los cuales 1 es original y los otros 5 son contenidos reposteados; con una duración promedio de 3 minutos a más por video. Al igual que Vice, GBS apuesta por repostear su contenido para mantener con vida contenido antiguo y mostrarlo a nuevas personas.

La visualización promedio de su contenido es de 587 mil reproducciones, sin embargo, se observaron piezas que llegaron hasta los 37 millones de visualizaciones. La interacción que genera los videos de GBS es muy fluctuante. Existe contenido con una alta tasa de comentarios y reacciones, y otro cuya respuesta es muy básica. Se vio que los videos con mayor cantidad de reacciones normalmente son temas polémicos, que animan al público a participar.

A nivel de contenido, y como ya se mencionó previamente, GBS ha llegado a un punto medio en el balance de cantidad de contenido contra calidad de contenido. Los videos analizados demuestran mucho cuidado en la calidad visual y narrativa, esto hace que tome más tiempo generarla, por lo que la cantidad de piezas hechas es menor ante un medio como Vice. Por otro lado, también se identificó que esta central de medios utiliza un formato básico de video,

que unifica el contenido que generan sus directores en cada lugar del mundo. En estos videos, el medio es tan importante como la historia.

Por otro lado, se encontró que en la página web de GBS existe una categorización básica de los videos, que facilita encontrar los videos según los intereses propios. Sin embargo, en las redes sociales no existe esta clasificación. Por ello, la empresa ha optado por colocar sellos de agua al final de sus piezas para clasificar la pieza. Esta es una de las formas en la que Great Big Story, busca dirigirse a públicos específicos y llevar su contenido a las personas que más interés tienen en ellas.

La estrategia principal de acercamiento al público objetivo que utiliza GBS es la glocalización. Por glocalización se entiende un fenómeno en el que un producto masivo y global tiene una fuerte capacidad de identificación con un lugar específico, convirtiendo esta característica en una ventaja para la pieza, en otras palabras, la glocalización busca aprovechar los valores locales de un producto para hacerlo más especial en su valor global (Robertson, 2003). Tengamos por ejemplo el video “Dancing Like Warriors”, que muestra la vida de los bailarines de Hula en Hawai. Este contenido está pensado en ser distribuido de forma global, sin embargo, tiene características muy locales y Hawaianas. El hecho de tener un contenido pensado para funcionar en todo el mundo no debe significar que no se sienta propio de un país o una ciudad; y eso lo aprovecha muy bien GBS. Esta empresa genera contenido internacional, con videos hechos en más de 15 países. Esta característica “glocal” genera identificación por parte del público, y de esta forma se genera un público objetivo.

Otra característica identificada en GBS es que este medio tiene un discurso propio, una personalidad de marca fija. Bajo el lema de “*Un mundo lleno de historias excepcionales*” El contenido que generan comparte esta visión del mundo. Por ese motivo es que ellos comparten y generan un punto de vista propio, a diferencia de Vice, que siempre intenta estar alineado con el punto de vista de su público. Great Big Story no tiene miedo a generar controversia.

En conclusión, estamos ante un medio que ha logrado un balance entre la calidad y la cantidad de contenido que genera. Great Big Story se preocupa por entregar contenido visualmente correcto con una narrativa clara, y al mismo tiempo genera contenido con mucha regularidad. Este contenido tiene mayor tiempo de vida y una mejor recepción por parte del público, sin embargo, la cantidad del contenido es menor.

4.3.3 Nowness

Nowness es la central de medios menos comercial de las tres analizadas. Este medio tiene como tarea principal la distribución de contenido, más que la generación del mismo, aunque realiza ambos. Los documentales que este medio presenta, es considerado de autor por lo que otorga el creditaje correspondiente a los productores, desde este punto de vista, estos videos se acercan mucho más al sistema y calidad cinematográfico. Estas características se explorarán a fondo a continuación.

A nivel técnico, Nowness tiene un sistema claro de distribución de videos. Tanto en su página web como en Facebook y YouTube, publican tres piezas originales cada día. Estas piezas incluyen material documental, ficción, y videoarte, géneros que en muchos casos terminan siendo combinados. La duración promedio de las piezas es de 3 minutos a más. La visualización promedio de las piezas es de 100 mil reproducciones por pieza y la interacción en muy baja. Esto último se debe a que, a diferencia de Vice y Great Big Story, Nowness no busca un alto nivel de viralización y conexión con el público. Este medio tiene un público objetivo muy cerrado y por ello no se comporta como espacio masivo. Al no tener esta intención, sus medios digitales como Facebook o YouTube sirven como un gran repositorio de contenido que busca más la contemplación que la interacción.

A nivel de contenido, Nowness trabaja bajo un sistema muchos más cinematográfico, tanto a nivel de calidad de contenido como comportamiento de este. Al ser Nowness sólo un medio de distribución de videos, no deben preocuparse por el tiempo de realización de este ya que éste está tercerizado, la central sólo se preocupa por la curaduría y distribución de estos. Este sistema hace que puedan recopilar gran cantidad de contenido sin que ello signifique una disminución en la calidad de este. Los documentales distribuidos por Nowness tienen una calidad visual altamente cuidada y cercana al cine. El lenguaje audiovisual es atrevido y experimental, siempre buscando la innovación y el cuidado visual en la realización. La narrativa también sale de lo común y busca nuevas formas de ser transmitido al público. Se observa un gran cuidado en cada aspecto de la producción, desde la dirección, propuesta fotográfica, propuesta de sonido; hasta la edición y la colorización. Por ellos estos videos se

consideran de autor, y cada pieza está acreditada al equipo de producción, algo que casi no sucede en los dos medios anteriores.

Los videos producidos y distribuidos por Nowness tocan diversos temas y desde puntos de vista distintos, por lo que el hilo conductor del contenido es la calidad audiovisual. Esta característica hace que el público objetivo de esta página sean personas, en su mayoría jóvenes, con cierto nivel de conocimiento audiovisual, que sea capaz de reconocer y disfrutar de mejor forma el contenido. De esta forma Nowness se acerca más al público, en búsqueda de ser un portal de generación y almacenamiento de contenido audiovisual de calidad.

En este caso el contenido también se genera de forma internacional, ya que Nowness promueve la creación de contenido, sin involucrarse necesariamente en la realización de este. Esta diversidad hace que los documentales tengan un valor mucho más alto. Además, al ser videos de autor, el punto de vista que se exhibe es propio, sin ninguna intención de estar alineado al público o las grandes masas.

En conclusión, Nowness tiene un comportamiento muy diferente al de Vice y Great Big Story, ya que tiene un sistema de funcionamiento que asemeja más al de un repositorio que al de un medio de comunicación altamente activo e interactivo. El contenido que produce es altamente cinematográfico y dirigido a un público objetivo conocedor; por lo que la interacción es menor, no masificada.

5 CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

A partir de la triangulación de datos obtenidos en el estudio y análisis de las piezas seleccionadas de la experiencia de Vice, Great Big Story y Nowness, y la entrevista a José Balado y Jimmy Valdivieso, además del análisis teórico del tema se llegó a las siguientes conclusiones:

1. Se identifica un alto interés de las grandes centrales de medios por producir contenido documental diseñado especialmente para su funcionamiento en redes sociales. Tanto Vice, como Great Big Story y Nowness producen y distribuyen contenido audiovisual de género documental, el cual representa el grueso de su contenido en las redes sociales Facebook y YouTube. Este comportamiento se identificó en los años 2015, 2016 y 2017.

Respecto al primer objetivo específico de determinar las principales características del documental cinematográfico contemporáneo a nivel de lenguaje audiovisual y de contenido se concluye que:

2. Es demasiado complejo pretender obtener una definición de documental que agrupe todas las características propias de este género de no ficción que funcionan bajo la estructura de un macro-género cuyas características han evolucionado junto a la tecnología que utiliza para su desarrollo. Se entiende también, que el documental no es un género fijo, sino un macro-género que va acogiendo nuevas propuestas a medida que van apareciendo, el documental está en constante evolución.

Respecto al uso del lenguaje audiovisual en el documental, se encontró que tiene una estructura más parecida a la de un proyecto de investigación que al de una película. Esta estructura dramática es mucho más variable y no hace uso del sistema aristotélico de tres actos: Inicio, nudo y desenlace. El documentalista tiene diferentes herramientas para estar presente en el documental y guiar al espectador, algunas de estas son: el *voice over* y la información impresa o los elementos gráficos. La principal característica del uso de la cámara en los documentales es la subjetividad. Si bien se usan infinitud de estilos de cámara, la cámara subjetiva es la estructura madre del documental y otorga la estética propia de este género.

Respecto al segundo objetivo específico, que busca identificar el comportamiento del contenido audiovisual en los medios digitales.

3. La mayor característica de la web 2.0 es la aparición de un nuevo tipo de consumidor: el “prosumidor”. Personas que no sólo reciben contenido, sino también lo generan. Esta característica deviene en la aparición de formatos nuevos debido a la mayor cantidad de personas generando contenido en vez de solo consumirlo.

Respecto al contenido audiovisual se han identificado algunos cambios con los formatos clásicos: los clips tienen una duración más corta, el formato de pantalla varía con la irrupción de las redes sociales, existe variaciones a nivel de ritmo, progresión y continuidad, a la vez que se incrementa la capacidad de interacción.

Sobre el tercer objetivo específico, que busca conocer las principales características de los consumidores de contenido audiovisual en medios digitales se encontró:

4. El gran porcentaje de consumidores digitales de hoy pertenecen a la generación millennial, grupo humano que comparte características como: un alto nivel de

comunicación, mayor capacidad para realizar varias tareas al mismo tiempo, un narcisismo creciente y una interacción social constante a través de las redes. Entre los tipos de espectadores que existen en el medio están: los creadores, los críticos, los recolectores, los networkers y los espectadores. Todos ellos requieren un tipo diferente de contenido, por lo que los productores de contenido empiezan a crear públicos objetivos en vez de trabajar en base a comunicación masiva.

A nivel del cuarto objetivo específico, que busca identificar las características diferenciales en el lenguaje audiovisual de los documentales producidos por Vice, Great Big Story y Nowness diseñados para redes sociales, se concluye que:

5. Es muy importante notar que, dentro de los elementos que diferencian al documental clásico con el documental diseñado para redes sociales, es que ha cambiado la forma de producción. El modelo clásico se realiza por la intención de un autor o una productora con la intención de generar una sola pieza. En cambio, los documentales para redes sociales son producidos por encargo por compañías creadoras de contenidos que asignan temas a diferentes documentalistas. Esta diferencia por sí sola ya representa un gran cambio en la cadena de producción de documentales. Las diferencias a nivel de lenguaje audiovisual de estas piezas con los documentales cinematográficos están determinadas por el tiempo de duración. Este tiempo influye en la existencia de: un mayor cuidado en el tratamiento visual de las piezas, el cambio en formato de los videos llegando incluso a ser horizontales, un trabajo sonoro más impactante para menor cantidad de tiempo.
6. Se encontró también que la calidad audiovisual de los documentales está ligada a la cantidad de contenido que la central de medios genera. Cuando una central tiene

mayor contenido, la calidad audiovisual tiende a disminuir, en cambio, cuando la central genera menor contenido presta mayor atención al lenguaje audiovisual. Esta característica está asociada al tema que el micro documental aborda: cuando la temática no requiere mayor apoyo visual, la calidad tiende a descuidarse; en cambio, si el tema otorga oportunidades creativas, el documentalista las aprovecha.

7. La calidad audiovisual también estará ligada al público al que las piezas están dirigidas. Si el contenido pretende ser masivo y desechable, la calidad es descuidada, mientras que, si el público objetivo es conocedor y la pieza pretende tener un tiempo de vida más largo, tendrá una propuesta audiovisual más elaborada y cercana a la cinematografía.

Sobre el quinto objetivo específico, que pretende identificar las características diferenciales el contenido de los documentales producidos por Vice, Great Big Story y Nowness para redes sociales, se concluye:

8. El contenido de los documentales está determinado por el medio que los genera. En el caso de Vice, las temáticas tienen una fuerte carga social y comparten el punto de vista con la mayoría de su público objetivo, para tener una buena imagen frente a ellos. En el caso de Great Big Story, tienen un punto de vista propio y un lema que guía el contenido que generan, sin verse afectados por lo que su público piense. Y Nowness, presenta cualquier tipo de contenido, ya que no es su punto de vista, sino el del documentalista.

Sobre el supuesto de la investigación, que propone que los documentales diseñados para redes sociales son lo suficientemente diferentes como para ser considerados un nuevo tipo de documental, se concluye que:

9. El supuesto es válido, el medio de las redes sociales ha transformado lo suficiente al documental como para creer que estas diferencias lo convierten en un nuevo estilo de documental. Desde el punto de vista del autor de esta investigación, el documental en redes sociales debería ser considerado un nuevo estilo de documental que abre las puertas a los nuevos documentalistas, ya que significa un espacio más accesible para ellos.

Cabe resaltar que esta transformación aún no ha llegado a su máxima expresión, ya que aún no se están aprovechando muchas de las posibilidades que las redes sociales brindan. Dependerá de los próximos teórico y documentalistas proponer modelos de documentales que hagan uso de estas posibilidades para completar la migración y transformación del documental cinematográfico al documental para redes sociales.

6 CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES

A continuación, se proponen algunas recomendaciones en base al trabajo de investigación realizado alrededor de los micro documentales. Estas sugerencias buscan, sobre todo, abrir espacio para futuras investigaciones interesadas en el contenido para redes sociales y, específicamente, los micro documentales.

- De acuerdo con el análisis realizado en esta investigación, se logró conocer las principales características de los micro documentales en redes sociales y las razones por las cuales muchos de ellos han significado un tipo de contenido fundamental para las casas realizadoras que las producen. Siendo así, se recomienda a los realizadores y creadores de contenido interesados en redes sociales, identificar contenido como este y usarlo a su favor al momento de crear piezas audiovisuales.
- También se recomienda iniciar el debate alrededor de todos los géneros audiovisuales, en especial los cinematográficos, que han empezado a transformarse para poder ser difundidos a través de las redes sociales. Por ello se invita a otros investigadores a abarcar trabajos como este en obras de ficción para poder contrastar su comportamiento con las de no ficción.
- Esta investigación también supone un atisbo a un fenómeno poco trabajado en el Perú, donde, si bien es cierto se han creado muchos documentales diseñados para redes, aun no se ha visto una planificación estratégica que use estas piezas como eje central de una empresa de contenido. Este espacio en blanco supone una oportunidad para los creadores no solo por el solo hecho de crear, sino también para monetizar sus micro documentales.

7 REFERENCIAS

- Bartolomé, A., Grané, M., Mercader, A., Pujolà, J.T., Rubinstein, V., & Willem, C. (2007). La web Audiovisual. *Tecnología y Comunicación Educativas*, 45, 20-41.
Recuperado el 25 de ago. de 2018, de
<http://investigacion.ilce.edu.mx/tyce/45/TyCE45.html>
- Bretau, R. (2014) El prosumidor actual: características principales. *Marketing en redes*.
Recuperado el 21 de mar. de 2018, de
<http://www.marketingenredes.com/tendencias/como-es-el-prosumidor-actual.html>
- Bruzzi, S. (2006) *New Documentary*. (2º ed.). New York: Routledge.
- Cheng, X., Dale, C., Liu, J. (2008) Statistics and Social Network of YouTube Videos. *16th International Workshop of Quality of Service, 1*, 229-238.
- Contreras, P., Sánchez, J. (2012) De cara al prosumidor. Producción y consume empoderado a las ciudadanía 3.0. *Ícono 14*, 3, 62 – 84. Recuperado el 22 de set. de 2019, de
http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/8557/De_cara_al_prosumidor.pdf?sequence=2
- Deleuze, Gilles. [Los Dependientes]. (2013, Julio, 2). Gilles Deleuze - ¿Qué es el acto de creación? (complete) – Subtitulado al Español. Recuperado el 23 de ago. de 2018, de <https://www.youtube.com/watch?v=dXOzcexu7Ks>

Ganga, R.M. (2004). Cambios y permanencias en el documental de la era digital. *Arte y Nuevas tecnologías: X Congreso de la Asociación Española de Semiótica*, 469-482. Recuperado el 7 de jul. de 2018, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=940380>

Gifreu, A. (2011) El documental multimedia interactivo como discurso de la no ficción interactiva. Por una propuesta de definición y categorización del nuevo género emergente. *Hipertext.net*, 9. Recuperado el 15 de abr. de 2018, de <https://www.upf.edu/hipertextnet/numero-9/documental-multimedia.html>

Gifreu, A. (2013) *El documental interactivo como nuevo género audiovisual*. Departamento de comunicaciones. Tesis de doctorado no publicada. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España.

Gifreu, A. (2015, feb) Evolución del concepto de no ficción. Aproximación a tres formas de expresión narrativa. *Obra digital*, 8, 14-39. Recuperado el 12 de jul. de 2018, de https://www.academia.edu/19185706/Evoluci%C3%B3n_del_concepto_de_no_ficci%C3%B3n._Aproximaci%C3%B3n_a_tres_formas_de_expresi%C3%B3n_narrativa

Godoy, M. (2015) El documental contemporáneo, un cine sin fronteras. *La ventana indiscreta*, 13, 16-21. Recuperado el 29 de jun. de 2018, de http://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ventana_indiscreta/article/view/428/410

Gomez, F., Pérez, J., (2013) Nuevos formatos Audiovisuales en internet: Cuando el usuario es quien innova. *Prospectivas y tendencias para la comunicación en el siglo XXI*, 17, 167 – 187. Recuperado el 23 de jul. de 2019, de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4582477>

Gómez, I. (2015, julio) Destilando preferencias. Las redes sociales como fuente de información entre estudiantes universitarios. *Entre textos*, 19, 1-24. Recuperado el 20 de ene. de 2019, de

https://www.researchgate.net/publication/274074335_Destilando_preferencias_Las_redes_sociales_como_fuente_de_informacion_entre_estudiantes_universitarios

Great Big Story [Great Big Story]. (2018, abril 22). Hello Silence my Old Friend [Archivo de video]. Recuperado de

<https://www.facebook.com/greatbigstory/videos/1831294587172966/>

Great Big Story [Great Big Story]. (2017, abril 17). Preserving One Square Inch of Silence [Archivo de video]. Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=jAgCeyW8iTA>

Great Big Story [Great Big Story]. (2018, abril 16). Launching Flowers into outer Space [Archivo de video]. Recuperado de

<https://www.facebook.com/greatbigstory/videos/1829509587351466/>

Great Big Story [Great Big Story]. (2017, setiembre 12). Launching Flowers into outer Space [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=6HhCcuD0coI>

Great Big Story [Great Big Story]. (2018, abril 12). Dancing Like Warriors [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.facebook.com/greatbigstory/videos/1827849944184097/>

Great Big Story [Great Big Story]. (2017, marzo 28). Dancing Like Warriors [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=BFT-M18N2A4>

Great Big Story [Great Big Story]. (2018, abril 9). Disney Meets Dalí [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.facebook.com/greatbigstory/videos/1826575610978197/>

Great Big Story [Great Big Story]. (2017, julio 10). Disney Meets Dalí [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=BFT-M18N2A4>

Grossman, L. (2006, diciembre, 25). You – yes, You – Are TIME’s Person of the year. *Time Magazine*. Recuperado el 23 de may. de 2018, de <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,1570810,00.html>

Heilbronn, A [Nowness]. (2017, noviembre 5). Street Racers of the Caribbean [Archivo de video]. Recuperado de

<https://www.facebook.com/nowness/videos/10156075210707454/?q=nowness%20street%20racers>

Heilbronn, A [Nowness]. (2017, agosto 17). Street Racers of the Caribbean [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=hyjQMBflt4>

Henderson, A. (2018). Passionate about stories: Great Big Story by CNN. *All Good Tales*. Recuperado el 20 de set. de 2019, de <https://allgoodtales.com/passionate-stories-great-big-story-cnn/>

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014) *Metodología de la Investigación*. (6° ed.). México: McGraw-Hill.

Hudson, O [Nowness]. (2017, julio 20). The God of DDR: Hiroyuki Inamura [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.facebook.com/nowness/videos/10155764131737454/>

Hudson, O [Nowness]. (2017, julio 6). The God of DDR: Hiroyuki Inamura [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=PPfW6e1MCH8>

Karbaum, G. (2018) Narrativas social media y el prosumidor mediático. *Correspondencias y Análisis*, 8. Recuperado el 24 de mayo. de 2018, de <http://ojs.correspondenciasy analisis.com/index.php/Journalcya/article/view/303/278>

Kay, P. (2018). How Vice Media went from start-up to US\$5.7 billion global behemoth – it's not all been smooth sailing. *South China Morning Post*. Recuperado el 22 de

set. de 2019, de <https://www.scmp.com/culture/arts-entertainment/article/2140061/how-vice-media-went-start-us57-billion-global-behemoth>

Kessler, S. (2015) CNN Launches Great Big Story, Its Answer To Vice And BuzzFeed.

Fast Company. Recuperado el 13 de set. de 2019, de

<https://www.fastcompany.com/3051812/cnn-launches-great-big-story-its-answer-to-vice-and-buzzfeed>

Main, S. (2017) Here's the Story Behind the CNN-Owned 'Great Big Story' and Its Rapid

Rise. *Adweek* 40. Recuperado el 9 de set. de 2019, de [https://www.adweek.com/tv-](https://www.adweek.com/tv-video/heres-story-behind-cnn-owned-great-big-story-and-its-rapid-rise-175726/)

[video/heres-story-behind-cnn-owned-great-big-story-and-its-rapid-rise-175726/](https://www.adweek.com/tv-video/heres-story-behind-cnn-owned-great-big-story-and-its-rapid-rise-175726/)

Merizalde, J [Nowness]. (2018, enero 13). Scenes: Mexico City Punks [Archivo de video].

Recuperado de

<https://www.facebook.com/nowness/videos/10156262001012454/?q=mexico%20city%20punks>

Merizalde, J [Nowness]. (2017, setiembre 30). Scenes: Mexico City Punks [Archivo de

video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=41z9bCiLzi0>

Nafría, I. (2007). Web 2.0. El usuario, el nuevo rey de Internet. *El País*. Recuperado el 12

de ene. de 2019, de

https://elpais.com/tecnologia/2007/11/29/actualidad/1196328485_850215.html

Nichols, B. (1997) *La representación de la realidad*. (1º ed.). Barcelona: Paidós.

Nowness. (s.f.). Recuperado el 12 de set. de 2019, de <https://www.nowness.com/about>

Polo, D. (2009) La Filosofía 2.0 y la explosión audiovisual en internet. *Razón y palabra*, 70, 1-17. Recuperado el 23 de set. de 2018, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520478046>

Robertson, R. (2003) Glocalización: tiempo-espacio y homogeneidad heterogeneidad. Recuperado el 02 de may. de 2020, de https://ivanhistorico.files.wordpress.com/2013/12/art_4_glocalizacic3b3n-tiempo-espacio.pdf

Schomer, S. (2010) LVMH an Nowness.com Offer the Luxury Education Kanye University Lacks. *Fast Company*. Recuperado el 10 de set. de 2019, de <https://www.fastcompany.com/1561672/lvmh-and-nownesscom-offer-luxury-education-kanye-university-lacks>

Southern, L. (2016) Nowness shoots for quality over quantity in video. *Digiday*. Recuperado el 1 de set. de 2019, de <https://digiday.com/uk/nowness-shoots-quality-quantity-video/>

Stein, J. (2013) Millennials: The Me Me Generation. *Time Magazine*. Recuperado el 3 de jun. de 2019, de <http://time.com/247/millennials-the-me-me-me-generation/>

Vallejo, A. (2013) Narrativas documentales contemporáneas. De la mostración a la enunciación. *Cine Documental*, 7, 3-29. Recuperado el 15 de nov. de 2018, de <http://revista.cinedocumental.com.ar/narrativas-documentales/>

Vice [Vice Canada]. (2018, abril 17). Pumping Iron with a Wheelchair Bodybuilder [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.facebook.com/vicecanada/videos/1895677430452811/>

Vice [Vice Sports]. (2018, mayo 8). Pumping Iron with a Wheelchair Bodybuilder [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=LWvGu9y2jFg>

Vice [Noisey]. (2018, febrero 26). Freedom: A Film About Death and Music [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.facebook.com/Noisey/videos/1925169571130416/>

Vice [Noisey]. (2018, febrero 26). How My Mother's Assisted Suicide Inspired Our Album [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=WkDTchkbxYQ>

Vice [Broadly]. (2018, abril 1). Feminist Fight Club: Femme Feral [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.facebook.com/VICE/videos/1941159636198076>

Vice [Broadly]. (2018, enero 28). Feminist Fight Club: Femme Feral [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=tgvgEcS4OqA>

Vice [Viceland]. (2018, febrero 6). Posh Pete: the International Cocaine Trafficker

[Archivo de video]. Recuperado de

<https://www.facebook.com/VICELANDTV/videos/1906080313039342/>

Wael, A [Nowness]. (2018, enero 10). Bulaq: Cairo's underground Music [Archivo de

video]. Recuperado de

<https://www.facebook.com/nowness/videos/10156257499722454/>

Wael, A [Nowness]. (2018, enero 1). Bulaq: Cairo's underground Music [Archivo de

video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=hyjQMBflt4>

Wiedeman, R. (2018). A Company Built on a Bluff. *New York Magazine*. Recuperado el 9

de set. de 2019, de <http://nymag.com/intelligencer/2018/06/inside-vice-media-shane-smith.html>

Zommer, L. (2014) Seis tipos de usuarios en redes sociales ¿Cuál eres tú? *Mirada 360*.

Recuperado el 7 de dic. de 2018, de <https://marketingparaabogados.eu/tipos-de-usuarios-en-redes-sociales/>

8 ANEXOS

8.1 Anexo 1

GUÍA PARA ANÁLISIS DE MICRO DOCUMENTALES EN REDES SOCIALES
1. Ficha Técnica
<ul style="list-style-type: none">• Año de realización:• Creador• Duración• Género• Idioma• País• Productora• Sinopsis
2. Alcance y difusión en redes
<p>Facebook:</p> <ul style="list-style-type: none">• Host (página desde donde se publica)• Fecha de publicación• Cantidad de reproducciones en página de origen• Cantidad de respuestas al contenido• Número de veces que se compartió el contenido• Balance de respuestas al contenido el contenido <p>YouTube:</p> <ul style="list-style-type: none">• Host (página desde donde se publica)• Fecha de publicación• Cantidad de reproducciones en página de origen• Cantidad de respuestas al contenido• Balance de respuestas al contenido
3. Análisis del lenguaje audiovisual

- Uso de la cámara en la obra
- Uso del sonido en la obra
- Método de narración
- Recursos estéticos

4. Análisis del Contenido

- Contexto y tema central
- Modo de acercamiento al personaje
- Postura del realizador frente al tema

8.2 Anexo 2

Guía de entrevista

Nombres: Edad:

Sexo: Fecha:

Profesión u Ocupación:

Buenos días/tardes/noches, mi nombre es Oscar Tupac Yupanqui Palomino, soy estudiante de la carrera de Comunicación Audiovisual y Medios Interactivos de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), como parte de mi proyecto de investigación titulado “Características diferenciales de los micro documentales diseñados para Redes Sociales entre los años 2015 al 2018: el caso de Vice, Great Big Story y Nowness, estoy realizando una investigación cuyo objetivo es identificar las características diferenciales, a nivel de lenguaje audiovisual y contenidos, de los micro documentales producidos por Vice, Great Big Story y Nowness para redes sociales del año 2015 al 2018.

Al mismo tiempo, hago de tu conocimiento que la información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial y solo será utilizada para los propósitos de esta investigación. El tiempo de duración aproximado de la entrevista se estima en 60 minutos.

Agradezco anticipadamente tu participación y colaboración totalmente voluntaria; si deseas puedes culminarla en cualquier momento. A continuación, iniciaremos con las preguntas.

¿Aceptas ser entrevistado? Sí___ No ___

¿Aceptas ser grabado? Sí___ No ___

Preguntas:

SOBRE EL CONCEPTO DE DOCUMENTAL

1. ¿Qué es un documental? ¿Cuál es su concepto de documental?
2. ¿Está de acuerdo con la idea de que conceptualizar el estilo documental es muy complejo?
3. ¿Cuáles son las diferencias entre un documental y un reportaje?
4. ¿Está de acuerdo con que las obras analizadas en esta investigación son de género documental?

SOBRE LA RELACIÓN ENTRE EL DOCUMENTAL Y LAS REDES SOCIALES

5. ¿Qué relación ha visto entre el documental y las redes sociales en los últimos años?
6. ¿Considera que el medio es capaz de transformar el producto audiovisual?

7. ¿Usted ha encontrado diferenciales técnicos entre las obras analizadas en esta investigación y obras documentales cinematográficas?
8. ¿La forma de narrar se encuentra comprometida una vez que las obras se diseñan para redes sociales?
9. ¿Considera que el documental es más efectivo que la ficción en redes sociales?
10. ¿Considera usted que los documentales para redes sociales tienen suficientes características propias como para considerarlas un nuevo género documental?
11. En base a la experiencia de las empresas creadoras de medios analizadas, ¿Considera que este modelo puede ser aplicado en Perú con fines económicos?

12. ¿Algo más que desees agregar?

Muchas gracias por su participación.