

**ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN Y RECEPCIÓN TRANSMEDIA EN TELEVISIÓN
EN COLOMBIA 2014-2015**

PRESENTADO POR: BÁRBARA ALEJANDRA QUINTERO GUERRERO

CÓDIGO: 20151191043

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSE DE CALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN - EDUCACIÓN

LINEA DE INVESTIGACIÓN: CULTURA POLÍTICA

2016

**ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN Y RECEPCIÓN TRANSMEDIA EN TELEVISIÓN
EN COLOMBIA 2014-2015**

PRESENTADO POR: BÁRBARA ALEJANDRA QUINTERO GUERRERO

CÓDIGO: 20151191043

TUTOR: FERNANDO ARANGUREN DÍAZ

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSE DE CALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN - EDUCACIÓN

LINEA DE INVESTIGACIÓN: CULTURA POLÍTICA

2016

NOTA DE ACEPTACIÓN

FIRMA DEL JURADO:

FIRMA DEL JURADO:

DEDICATORIA:

Por el esfuerzo, la satisfacción, el aprendizaje y los saberes, en este mundo de realidades múltiples, en el aquí y el ahora, por cada experiencia cara a cara con mis convicciones, conocimientos y transformaciones a lo largo de la academia, son cortas las palabras para dedicar a cada una de las personas que han creído, confiado y apoyado, los diferentes procesos a lo largo de este camino quimérico de devenires y transformaciones: para ellos los que siempre han estado y estarán en mi vida.

AGRADECIMIENTOS:

A la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, espacio de formación docente y de construcción integral de saberes

A los excelentes maestros por su entrega a la academia y a sus estudiantes, por la interminable labor que realizan.

Al docente Fernando Aranguren, tutor del presente informe de investigación, por acompañar los diferentes procesos dados en la Maestría.

A nuestros compañeros de carrera, por compartir de la mano nuestra sus experiencias y conocimientos.

Al Colegio Tomas Carrasquilla, directivas, docentes y estudiantes, por permitirnos gestar espacios de investigación dentro de la institución educativa.

Resumen

El análisis de la ficción televisiva, de la producción y de la recepción transmedia, es un tema de gran relevancia en estudios culturales y sociales de la actualidad, es por ello que se hace necesario desde la academia realizar análisis que permitan comprender estas nuevas dinámicas que se dan en el campo de ecosistemas mediáticos, que permitan así establecer las características y los elementos constitutivos de estos procesos que se gestan a partir de la ficción televisiva.

Por lo tanto este informe de investigación se desarrolla a partir de lograr identificar, describir y explicar el origen de los procesos desde campos como el tecnológico, social, educativo y cultural, que trae el desarrollo de la transmediación televisiva y desde allí la creación de contenidos ficcionales, metamorfosis del medio televisivo en un panorama convergente en entornos tecnológicos y de plataformas sociales. Que se generan hoy en día en jóvenes escolarizados.

En este sentido, los ejes conceptuales se estructuran a partir de siete tópicos que son Ficción televisiva, convergencia tecnológica, recepción activa, recepción interactiva, televisión, televisión transmedia y transmedia. De allí se genera un corpus teórico-práctico que permite el diseño metodológico, análisis y conclusiones. De la apuesta pedagógica del estudio y comprensión de los procesos de recepción y producción transmedia de la ficción en televisión en Colombia.

Tabla de Contenidos

Introducción.....	8
2. Antecedentes.....	12
3. Marco Teórico.....	34
4. Diseño Metodológico.....	42
5. Conclusiones.....	55
6. Aplicación Multimedia.....	57

Anexos

Bibliografía

Introducción

El siguiente informe de investigación es el resultado del proceso investigativo en el cual se participó como coinvestigadora, en la línea de cultura política de la Maestría en Comunicación-Educación, en el proyecto que se Titula: Estrategias de producción y recepción transmedia en Televisión en Colombia 2014 – 2015, dirigidos por los maestros Fernando Aranguren y Boris Bustamante. En la convocatoria de Financiación de Proyectos de Investigación, innovación y creación de los grupos de investigación registrados en el sistema de investigaciones de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas y avalados por la rectoría para su presentación en la convocatoria 693 de medición de grupos de Colciencias.

En este sentido, se planteó como pregunta problema ¿cuáles son las principales estrategias de producción y recepción transmedia en televisión en Colombia para poder explicar las metamorfosis que se dan actualmente en el circuito de la comunicación dado el impacto de las innovaciones y metamorfosis tecnológicas asociadas al cambio y la revolución digital? Este interrogante se corresponde a nivel educativo y pedagógico con la pregunta por ¿cuáles son los nuevos dispositivos, ambientes y mediaciones estructurales que hacen posible el cambio comunicativo y cultural y el nuevo diálogo de la escuela y la sociedad a raíz de los nuevos modos de uso y apropiación transmedia de la ficción televisiva en Colombia? En el cual se buscó realizar un análisis de la ficción televisiva, de la producción y recepción transmedia en contextos

ciberculturales y digitales de las sociedades contemporáneas, desde procesos tanto tecnológicos como sociales, culturales y educativos.

Por lo tanto los ejes conceptuales están delimitados en siete grandes tópicos como el de televisión entendido como el gran medio de la modernidad que ha venido a remediarse gracias al internet, que permite generar nuevas dinámicas sociales en un ecosistema mediático, en este sentido se articulan los tópicos de recepción activa, recepción interactiva, convergencia tecnológica, ficción televisiva, televisión transmedia y transmedia.

Se parte entonces de una metodología de tipo mixto que articula diferentes herramientas de carácter cualitativo y cuantitativo, que permite estructurar un corpus teórico y práctico, dando como resultado el desarrollo de los siguientes objetivos:

- a. General: Desarrollar una investigación sistemática sobre las estrategias de producción y recepción transmedia en televisión en Colombia 2014-2015, en relación con las transformaciones tecnológicas y el cambio digital e identificar los nuevos dispositivos, ambientes y mediaciones que hacen posible el cambio comunicativo y cultural y las nuevas relaciones entre escuela y sociedad.

En este sentido se desglosan los siguientes objetivos específicos:

- Adelantar en el marco del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva OBITEL, un estudio que permita identificar las estrategias de producción y recepción transmedia en televisión en Colombia 2014-2015, en el cual se realizó un apartado especializado en el anuario de OBITEL 2015. Resultado de la aplicación de la propuesta teórico - práctica
- Identificar los nuevos dispositivos, ambientes y mediaciones que posibilitan al cambio comunicativo y cultural que enmarcan las relaciones entre escuela y sociedad.

Se dio cumplimiento en este objetivo en la medida que el estudio permitió un análisis que dio como resultado un diagnóstico de los nuevos ambientes pedagógico que se dan entre el sistema educativo, pedagógico y culturales asociados a los dispositivos transmediáticos.

- Producir un material de tipo pedagógico y educativo para la promoción y la enseñanza de la recepción televisiva transmedia en un grupo de colegios del Distrito Capital. Se da cumplimiento a este objetivo al tener como evidencia toda una ruta metodológica de aplicación de análisis de recepción y producción transmedia en el ámbito escolar implementado en el Colegio Tomás Carrasquilla.
- Elaborar y sistematizar la memoria de ejecución de la investigación para efectos de la respectiva publicación. Los resultados de esta investigación estarán registrados en el CIDC UD.
- Integrar un equipo de investigación con docentes y estudiantes de la Maestría en Comunicación-Educación y del Pregrado de LEBLHC para la conformación de un semillero de la Universidad Distrital y la ciudad. Se cumplió a cabalidad este objetivo porque se desarrolló de forma armónica y rigurosa cada una de las fases metodológicas del proyecto investigativo mancomunadamente entre los docentes y estudiantes del pregrado y de la maestría.
- Socializar los resultados y productos de investigación en diferentes círculos académicos de la Universidad Distrital y la ciudad. Se da cumplimiento porque se da en diferentes espacios la socialización de los resultados.

De este modo se estructura el siguiente informe en el cual se describe todo el proceso investigativo, dividido en fases. Por lo tanto se inicia con la fase de antecedentes en donde

describe todo el recorrido y rastreo bibliográfico que permite saber en qué estado se encuentran los tópicos anteriormente mencionados. Así mismo se da paso al Marco teórico en el cual se da una apropiación conceptual, estableciendo un panorama con horizontes propositivos al abordaje del estudio de los procesos de recepción y producción transmedia de la ficción televisiva con una articulación del campo educativo.

Seguido del diseño metodológico en dónde se pueden comprender los anclajes realizados entre la teoría y la práctica. Junto a los hallazgos que permitió el trabajo de campo del problema de investigación.

Por otra parte se desarrollan los aportes y conclusiones que deja las diversas experiencias que permitió la propuesta de análisis y producción de la ficción televisiva con estudiantes de grado once del Colegio Tomas Carrasquilla.

Finalmente, se cierra el informe con un análisis de la aplicación multimedia que se desarrolló.

2. Antecedentes de Investigación.

Teniendo en cuenta el Proyecto de Investigación titulado: Estrategias de producción y recepción transmedia en Televisión en Colombia 2014 – 2015, el cual tuvo como problema de investigación abordar, identificar, comprender y explicar las diferentes dinámicas que se dan hoy en día gracias a los avances en tecnología en los procesos de recepción y producción transmedia en televisión con énfasis en ambientes pedagógicos y ambientes sociales de referencia vinculados a la escuela, dentro del proceso investigativo se inició con la búsqueda de fuentes que permitieran documentar y evidenciar el panorama actual del tema de investigación.

Por consiguiente, se consultaron tanto fuentes físicas como virtuales, en las cuales se indagó a partir de unos ejes que enmarcan la exploración teórica, a partir de una serie de tópicos que permitieron estructurar y fundamentar la búsqueda. En este sentido, se encontraron diferentes artículos, libros, revistas y trabajos de grado doctorales. Así que, para valorar cada uno de los documentos que arrojó la revisión bibliográfica centrado en los tópicos; Televisión, recepción activa, recepción interactiva, convergencia tecnológica, televisión transmedia, transmedia y ficción televisiva, se empleó una matriz de carácter descriptivo, instrumento que permitió una valoración de tipo interpretativo, crítico- comprensivo, ya que a cada documento se le hizo revisión tanto a su contenido como a la introducción para verificar si era o no pertinente dentro de la investigación.

Por lo tanto, el grupo de investigación, se organizó en cuatro grandes grupos dirigidos por lo profesores Fernando Aranguren, Boris Bustamante, Hernán Riveros y Alejandro Corredor, dividiendo así el trabajo para consultar las fuentes. Como resultado se analizaron 738 documentos de 74 fuentes, dando como resultado 280 reseñas.

Por consiguiente una de las fuentes trabajadas fue la Universidad Autónoma de Barcelona, en la cual se encontraron un total de 24 documentos, en donde fueron valorados en su totalidad y tres de ellos no fueron pertinentes y uno pudo ser revisado, ya que como es una fuente virtual el documento no se encontró. Así mismo se pudo verificar que el tópico con mayor número de documentos fue el de ficción televisiva y los tópicos con menos documentos fueron el de convergencia tecnológica y el de televisión transmedia.

Otra de las fuentes consultadas fue el de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. En la cual se valoraron 12 documentos y se evidencia que hay poca documentación en la mayoría de los tópicos.

Así mismo otra fuente consultada fue la Universidad de la Plata, una fuente con muy pocos documentos por lo tanto sólo se valoró uno.

Por otro lado se consultó la Universidad Complutense de Madrid, en la cual se valoraron 14 documentos, presentando una dificultad para ser valorados, ya que para acceder a los textos se debía contar con una clave o ser estudiante de la universidad.

Es importante tener en cuenta que, al terminar la etapa de valoración documental se dio paso al proceso de reseñar cada texto que aportará a la estructuración de un insumo necesario para la comprensión y análisis del objeto problema de la investigación, por lo tanto los textos que se

reseñaron, se interpretaron dando una apreciación en dónde permitió ver en qué estado se encuentra la investigación de recepción y producción transmediática de televisión. Dentro de los textos reseñados hay revistas especializadas, trabajos doctorales y libros, textos relacionados con temas sobre los avances en tecnología y comunicación en relación con el consumidor y de las posibles conexiones que se dan con la televisión y sus incidencias en lo social, cultural y político. Por lo tanto en concordancia sobre los tópicos abordados se desglosan a continuación el siguiente estado del arte.

Televisión y Ficción Televisiva:

En este orden de ideas en el trabajo doctoral de Martínez García, L. (2008). La ficción televisiva de TV3 como productora de referentes de identidad cultural catalana: estudio de caso de la sitcom "Plats bruts" . Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, es una investigación que propone desde dos ejes, como lo son la identidad cultural y la televisión, se pueden comprender las articulaciones entre los diferentes imaginarios, representaciones, rechazos e inclusiones que se presentan en los discursos de la ficción televisiva.

No obstante, para hablar de una identidad cultural, se estudia los procesos de recepción que cada día son más dinámicos, que se reconstruyen y se transforman constantemente gracias a la interactividad. Así que, plantea al discurso de ficción televisivo como un ente regulador y de mediación en la sociedad. Es un trabajo de grado que permite la comprensión de la televisión y de sus contenidos en este caso el de la ficción, como factores que inciden directamente en la esfera social de los sujetos. Así mismo plantea la relación entre identidad cultural y televisión a partir de contexto social, que es dinámica. Un espacio en donde el sujeto es activo a partir de su subjetividad,

de sus imaginarios y representaciones que cambian o se reconfiguran gracias a la recepción televisiva.

Por otro lado en el artículo de Cid. A. “Violencia y pasión: ficción televisiva en las narco series colombianas” “Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco[alfredo.cid.jurado@hotmail.com]. Establece a partir de un análisis semiótico la construcción de violencia en las narco series colombianas, teniendo en cuenta un periodo en cual el narcotráfico, marco unas formas de comprender la realidad, de mover sensibilidades y de estructurar un relato común y compartido.

Se puede señalar que en este escenario aparece la ficción televisiva, la cual toma y respeta historias de una cadena de eventos de la actualidad, creando héroes, heroínas o antihéroes. Propiciando en cada historia una invitación a reflexionar sobre los problemas éticos relacionados con estos acontecimientos presentados a través de la pantalla.

En este sentido el artículo se centra en el estudio de las estructuras narrativas para comprender los mecanismos que facilitan al interior de un relato una historia específica. Así mismo establece elementos que surgen de una memoria colectiva que promueven narrativas generadoras de emociones y pasiones que configura la violencia. Este artículo estructura un análisis semiótico de la narración televisiva, que se generó con series de ficción sobre el narcotráfico en Colombia, logrando comprender diferentes dinámicas que convierten acontecimientos de la cotidianidad llevados a la ficción, en relatos, macro y micro relatos, que configuran una memoria colectiva. Que se valida a partir no solo del género televisivo, si no que se nutre de diversos géneros discursivos como las noticias, periódicos entre otros sistemas de información. Así mismo de

instrumentos eficaces para conducir al espectador, a pasiones y diferentes miradas de una realidad que estructura desde la imagen, y el discurso televisivo.

De este modo se encontró con el libro de Nieves, M. (2002) “La catedral de la imagen: el encuentro del ser con la televisión”. México : Trillas. En el que Desarrolla una perspectiva diversa, en la cual abarca la evolución de la televisión desde sus orígenes, estableciendo relación con procesos que se desarrollan de diferentes campos, como el tecnológico, cultural y social, estructurando así funciones y contenidos televisivos.

Igualmente hace una reflexión de la necesidad constante del hombre por comunicar, por comprender la realidad que lo rodea, evidencia de ello, se puede ver, cómo, a lo largo de la historia desde la pintura rupestre hasta el internet, se convierten en manifestaciones que permiten las transformaciones que ha generado la imagen en el hombre.

Así mismo hace un análisis en el cual plantea el panorama actual y del futuro de la televisión, en donde establece unas características de la televisión interactiva, fenómeno que cambio los hábitos sembrados de ver televisión de por lo menos 50 años. Ya que abre nuevas perspectivas para el individuo que consume frente a una pantalla. Posibilidades que modifican los fines y necesidades de la televisión, a partir de nuevas dinámicas en donde quien decide es el televidente.

Este libro permite comprender el desarrollo de la televisión desde la experiencia propia del autor, a la luz de la historia y un contexto en el que evidencia, cómo la imagen fue destronando un mundo basado en la escritura. En donde la televisión tuvo una relación directa con la construcción de una realidad e interpretación del mundo desde la imagen. Una evolución que trae

consigo el desarrollo tecnológico que brinda múltiples posibilidades a la televisión, a partir de la interactividad y nuevos hábitos a la hora de estar frente a la pantalla, que va más allá del zapping y de apagar la TV.

Recepción interactiva y Convergencia Tecnológica:

El trabajo de Lafaurie Molina, A. (2013). *Interactividad en la oferta de contenidos infantiles cross-media para TDT e internet: el caso de Super3*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, Es una investigación que trabaja frente a la temática de la interactividad en la oferta de contenidos infantiles cross-media en televisión digital terrestre (TDT) e Internet, buscando conocer la interlocución que se genera desde las ofertas interactivas que se producen a partir de medios digitales producidos para niños y niñas. Es un trabajo que aborda diferentes referentes teóricos y conceptuales, en donde se puede comprender temas relacionados con convergencia cultural, formas de consumo y de producción de medios, junto a la producción y distribución de cross-media de contenidos, que circulan por diferentes plataformas, en este sentido se trabaja la recepción activa de las audiencias, usuarios, consumidores o interlocutores, y de las posibles hipermediaciones que genera el consumo / producción de los medios digitales interactivos. Esta tesis permite comprender las nuevas dinámicas en las que la convergencia cultural y de medios, ha permitido establecer nuevos actores en este escenario multimedial e hipermedial, en donde se generan, construyen y transforman contenidos que circulan por diferentes plataformas. En este sentido se puede relacionar los conceptos de interactividad, recepción activa e interlocutor, en procesos comunicacionales en el que se re significan producciones simbólicas- culturales, que son resultado no solo de los productores sino de un proceso sinérgico con los consumidores.

Por otro lado el artículo de García Aviles, J. (2009) “La comunicación ante la convergencia digital: algunas fortalezas y debilidades”. En: Signo y pensamiento. Bogotá. Vol 28. Permite comprender la convergencia de medios en diferentes campos, desde ámbitos como el tecnológico, el empresarial, en los contenidos y usuarios, así como en lo que se relaciona con los profesionales de los medios de comunicación.

Desglosa algunas de las fortalezas y debilidades que trae consigo los procesos de convergencia. Teniendo cuenta que este término polisémico y heterogéneo, se relaciona con la variedad de temas concernientes a la transformación tecnológica, resultado de la digitalización en el desarrollo de las telecomunicaciones.

Ahora bien, plantea que estamos viviendo en un nuevo ecosistema mediático, en donde los medios tradicionales se adaptan al nuevo desarrollo de los medios interactivos, un panorama comunicativo que está cambiando la mentalidad, la actitud y las formas de relacionarse, ya que cada vez se dirige más a la individualización, la autonomía y la diversidad.

Este artículo permite la comprensión de un nuevo ecosistema mediático en el cual la convergencia no solo se da en el campo tecnológico si no también, en el empresarial, en los contenidos y en los usuarios. Dinámicas que han venido transformando la forma en que se consume, se apropia y se produce la televisión, teniendo en cuenta que gracias al Internet existen nuevos formatos, programas, dispositivos y plataformas, para los usuarios.

Además resalta la importancia que hay, en establecer políticas públicas claras, que permitan reducir la brecha digital, ya que, a pesar de que hay significativos avances tanto en infraestructura como en tecnología en los medios masivos de comunicación, se requiere de una formación en multimedia constante, que permita generación de contenidos y de información flexibles e universales en el escenario convergente en el que nos encontramos.

En efecto plantea la necesidad del fortalecimiento de las empresas y de los mediadores responsables en este ámbito, que promueva la investigación y creación de espacios de aprendizaje, para el uso y la apropiación de las nuevas tecnologías.

Así mismo se encontró que en la revista *Convergència tecnològica i audiovisual*. (2009). Barcelona : Consell de l'Audiovisual de Catalunya .En los artículos “Retos de la convergencia digital para la televisión – Integración de los medios en el discurso interactivo: en el caso de la difusión cultural y La convergencia de los medios y la guerra de las audiencias” . Permiten comprender los cambios que se han generado en la era tecnológica, época en la que nos encontramos, en donde se hace referencia a los procesos de convergencia. Centrándose así en los cambios que implica en el sistema de la comunicación, junto a lo de producción, distribución, consumo y contenidos televisivos. Así mismo plantean los retos que se dan desde las políticas para garantizar el uso y consumo de la televisión pero a partir de un proceso convergente, que ha traído consigo desafíos a la televisión, pues ésta ha sido pensada desde una base que se sustenta en canales y hoy en día debe ser pensada desde una base en red.

Por otro lado se encuentra en análisis del discurso interactivo, que a pesar de implementar ilimitadas formas de dialogo e interacción con los medios es muy poco lo que se aprovecha, reduciendo las posibilidades que brinda los interactivos multimedia e hipermedia

Así mismo se plantea la convergencia de medios desde una perspectiva de mercado en donde se analiza los procesos de recepción de las audiencias, a partir de los procesos de producción en los que se apunta una fidelización de éstas, en donde las múltiples plataformas en diferentes soportes son los retos para los medios de comunicación hoy en día.

Esta serie de artículos permiten comprender las transformaciones, retos y posibilidades que está brindando la convergencia de medios, entendida esta como una estrategia para suplir los diferentes momentos de consumo de un mismo usuario, en donde cada vez toma mayor fuerza la participación de éste, generando a los productores desafíos en la calidad de contenidos, en los dispositivos y plataformas en las que se presentan, teniendo en cuenta que se da una mayor segmentación de mercado.

En ese mismo sentido nos muestra que la televisión no ha muerto, ya que su tiempo de consumo no ha disminuido, si no por el contrario gracias al internet se consume más, de ahí la importancia de pensar en los cambios que hay en curso y de las tendencias que marcan cambios en la televisión en donde es importante comprender las posibilidades y desafíos que generan la convergencia de medios.

Por otro lado el artículo de DRULA, G. (2015) Formas de la convergencia de medios y contenidos multimedia: Una perspectiva Rumania. ." Desarrolla a partir del concepto de

convergencia desde la tecnología móvil y la basada en la unificación de las tecnologías de la información y la industria mediática, una perspectiva en donde los contenidos multimedia, se analizan a partir de los diferentes niveles de implementación y sus efectos en los usuarios.

Así mismo es el resultado de una investigación en donde su estudio se centró en el panorama mediático de Rumania, proponiendo una configuración desde lo teórico y práctico, para relacionar la convergencia y la multimedia, en cuanto a los productos mediáticos on-line. Por lo tanto desglosa de forma teórica los diferentes significados de convergencia mediática, haciendo una reflexión de la relación entre los procesos que se dan desde usuario e industria y viceversa.

Este artículo permite comprender diferentes perspectivas del significado de convergencia mediática a partir de una mirada, que vincula no solo la convergencia de medios, si no de información, textos e imágenes, a través de diferentes pantallas, plataformas y aplicaciones. Así mismo propone que la convergencia mediática no solo genera cambios tecnológicos sino también en las industrias y audiencias. En este sentido los procesos de consumo y las necesidades del usuario, determinan estos procesos.

Por lo tanto en este artículo se plantea la necesidad en la que se requiere tener nuevas reflexiones frente a la producción audiovisual, de información y de contenidos, frente a la estructura y la redacción en función de los nuevos canales y plataformas.

Por otro lado el artículo de ISLAS, O. (2009). La convergencia cultural a través de la ecología de los medios. permite comprender los cambios que ha generado el desarrollo del internet,

ya que antes de éste, cada medio de comunicación iba por separado teniendo unas funciones definidas y mercados diferentes. Pero es gracias al internet y el desarrollo de las comunicaciones digitales, que hoy en día, el mismo contenido circula por diferentes medios de comunicación, logrando así hablar de la construcción de un relato transmediático, que permite una convergencia cultural, que trae consigo nuevas formas de consumo y mercados.

Planteando así una ecología de los medios que tiene como base un complejo ambiente comunicativo, que se da gracias a la convergencia cultural, que se ve transformada constantemente, gracias a las industrias mediáticas, y también por las comunidades de conocimiento. Dando un análisis de las posibilidades que pueden generar las multitudes inteligentes, que están dotadas de dispositivos que les permiten tener capacidades tanto comunicativas e informativas, como nunca antes. Concluyendo que la convergencia cultural posibilita un nuevo poder social, junto al desarrollo de las nuevas sociedades modificando las formas en las que se relaciona la sociedad de la información con los viejos y nuevos medios.

Este artículo permite generar una reflexión frente a la Ecología de los medios, conocida como la Escuela de Toronto, que ha trabajado sobre la teoría de Comunicación propuesta por Marshall McLuhan, en donde se puede comprender las dinámicas en la que se transforman los procesos de convergencia cultural en las industrias mediáticas, en los que se presentan los procesos de remediación, de recepción y producción.

En concordancia analiza la construcción de un relato transmediático, que ha venido modificando los procesos de consumo y de mercado, complejizando así el ambiente comunicativo,

en donde se empodera el prosumidor y las comunidades de conocimiento dentro de una sociedad de la ubicuidad en un panorama convergente.

Ahora bien, en el libro de Aguilar M. (2009). *Pensar lo contemporáneo: de la cultura situada a la convergencia tecnológica*. Anthropos; México : Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, División de Ciencias Sociales y Humanidades. Establece una serie de reflexiones en torno a los diferentes procesos que se dan en la sociedad a partir de la confluencia de servicios y tecnologías de la información, haciendo así una crítica, ya que cuando se habla de convergencia digital en América Latina se da un enfoque desde los de medios de comunicación y de las tecnologías, dejando de lado todas aquellas experiencias que se dan desde un panorama en donde se pueden encontrar posibilidades de todas aquellas prácticas de consumo de las audiencias. Además propone una reflexión sobre los procesos emergentes de reconversión simbólica que podría ser la responsable de la convergencia tecnológica en el campo de la cultura y la comunicación.

De esta manera explica a partir de una serie de artículos, los diversos fenómenos que trae consigo la convergencia digital, que no solo afecta las formas de consumo, sino las formas en las que se reorganizan los modos de acceso a los bienes culturales y de las formas de comunicación. Desde esta perspectiva se puede decir que, estamos ante un panorama en que la sociedad hoy en día tiene una ansiedad por comunicarse y los escenarios tecnológicos los favorecen, ampliando así nuevas posibilidades comunicativas. Y permitiendo (des) encuentros de múltiples maneras, posibilitando nuevos significados de sentido.

Proceso que se puede denominar convergencia tecno cultural. Por otro lado propone que en

estos nuevos escenarios y ámbitos se hace necesario de procesos educativos que permitan la direccionalidad de la producción de conocimientos. Ya que nos encontramos ante una juventud con experiencias existenciales en la convergencia digital.

Este libro permite comprender la convergencia digital a partir de una serie de desafíos culturales emergentes, en donde deben ser interpretados estos procesos desde una perspectiva amplia, ya que al hablar de convergencia implica no solo los medios, formatos o plataformas, sino usuarios, contenidos, empresas y producción cultural. Es decir toda una reconfiguración y construcción simbólica que abre nuevos escenarios de participación en el ámbito de la cultura y la comunicación.

Como se ve, se encuentran escenarios en los que se articulan interrelaciones de los soportes, audiencia/ usuario y los canales que se constituyen entre los medios, junto a las prácticas comunicacionales, que generan desafíos epistemológicos y pedagógicos ante estos nuevos actores que están inmersos en dinámicas constantes y cambiantes.

De otro lado en el libro de Pardo, H. (2010). *Geekonomía : un radar para producir en el postdigitalismo*. Barcelona: Publicaciones y Ediciones de la Universidad de Barcelona. .” Se desarrolla en concepto de geeks, como aquellas nuevas escritas del mundo, creadores y adoptadores tempranos de la tecnología, que son capaces de inventar los instrumentos que utilizan o de apropiarse de los que ya existen, testadores de programas, en ese sentido son capaces de configurar lo que la sociedad consume.

Puede entonces hablarse de una geeknomía, como un nuevo termino para comprender el digitalismo y el postdigitalismo, desde un análisis económico de las relaciones en la Red. Teniendo en cuenta que estamos en una época de transición, en la cual el autor nos propone, que está muriendo el adjetivo digital y lo tecnológico se hace cada vez más invisible. Procesos que se han dado a lo largo de la historia y que se han determinado gracias a las empresas e instituciones capitalistas que redefinieron el digitalismo y los volvieron omnipresentes, dando pasó a una economía digital. Haciéndose así necesario pensar hacia un futuro una nueva terminología que lo redefina.

De la misma manera, hace reflexión sobre componentes comunes de la economía del internet, a partir de reconfiguraciones de viejos formatos, el surgimiento de nuevas lógicas narrativas, legales e industriales. Igualmente frente a las relaciones de poder que se construyen en la Red y de los cambios que se han dado en la comunicación, que también se puede denominar digital, permite nuevas mediaciones y formas de socialización. En este sentido ante un panorama tan amplio, plantea cuestionamientos del papel mediador de la universidad y de las prácticas investigativas que gestionan el conocimiento, las cuales deben ser reformuladas, en una época postdigital.

Este libro permite comprender los cambios que se han dado gracias al Internet, teniendo en cuenta que ha evolucionado la sociedad digital a una que se puede denominar postdigital, en donde se ha transformado la forma en la que se produce y se recibe información. Por lo tanto aparece el término de Geek, como aquellas personas que son capaces de transformar la forma en la que se consume, ya que a través de programas, plataformas y formatos, propician espacios en donde se

puede generar una opinión y participación. Es decir pueden configurar la realidad según sus necesidades.

Del mismo modo, estos cambios dados en el digitalismo, ha generado patrones sociales de acceso a la información que han transformado la gestión del conocimiento, trayendo consigo exigencias de cambios en los paradigmas educativos en América Latina, específicamente en la universidad, en donde las prácticas, busquen el interés del estudiante y junto a ello una formación continua del docente, para así configurar una educación que fortalezca los procesos que se dan en una sociedad postdigital.

Televisión transmediática:

En el libro de Cebrián Herreros, M. (2004). Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con internet. Barcelona: Ediciones Paidós. Plantea las diferentes variantes que se han dado frente a la expansión y transformación de la televisión. Y así mismo la acreciente implantación en lo social y desarrollo del discurso que cada vez se ha ido diversificando en las programaciones de canales ya sea de satélites, por ondas, terrestres o por cable.

Así mismo analiza los cambios complejos que se han dado en la televisión desde aspectos técnicos, junto a los cambios en los procesos comunicativos, donde cobra suma importancia el usuario en el cual tiene mayor poder de decisión y participación.

Aborda la temática del desarrollo del modelo multimediático, caracterizando este modelo televisivo, a partir de los productores, aspectos técnicos, contenidos, plataformas, canales servicios y las posibilidades que se dan para el espectador, en este nuevo panorama. Aunque hace referencia

que esto va ligado a un factor económico del cual no hay que olvidar que son servicios de pago y en esa medida las dinámicas cambian, porque se puede hablar de un uso restringido.

También abarca la convergencia e integración de contenidos y servicios, que se establece a partir de la concepción de la hipertelevisión, desde la configuración de multiservicios en diferentes plataformas, junto a las múltiples herramientas y así mismo las diferentes investigaciones que se generan por estas dinámicas en el mercado televisivo. Finalizando así con el análisis en donde termina la cadena semántica que es en el proceso de recepción, que en un momento fue totalmente pasivo y que hoy en día emerge como un usuario activista e interactivista.

Este libro permite comprender los diferentes cambios por lo que está atravesando la televisión generalista en donde hay unas dinámicas que cada vez se van ampliando y transformando, hasta llegar a ser convergente. Cambios que trascienden en la programación e interacción que se da con el televidente, en donde la participación activa es cada vez mayor, complejizando así los procesos de recepción que son más individualistas y cambiantes.

Por otra parte aborda los cambios que se presentan en el estudio de las innovaciones técnicas, junto a los procesos comunicativos que genera los nuevos servicios que se están dando con la televisión.

Para ello el autor nos define tres modelos de televisión vigentes en la actualidad el generalista, el temático y el convergente con internet, teniendo en cuenta las sinergias que se presentan entre éstos, planteando así, las posibilidades, retos y necesidades que existen con los procesos de recepción televisiva.

Recepción Activa:

Por lo tanto al tener un panorama tan amplio y complejo como lo es hoy la televisión y los procesos de convergencia que se dan en un ecosistema comunicacional, dentro del proceso investigativo se trabajó por los tópicos anteriormente mencionados, por consiguiente se encontró que sobre el tema de recepción activa, hay diferentes tipos de documentos, que logran establecer un panorama tanto histórico como actual, de los estudios de recepción. Mostrando paradigmas que van desde procesos de recepción unidireccionales en donde los efectos se ven desde una perspectiva maniqueista entre lo nocivo y lo positivo del consumo televisivo, dejando de lado el contexto, a unos en donde se considera al receptor como un sujeto activo dentro del proceso comunicativo de la televisión.

Permitiendo así comprender la recepción como un proceso de mediación en el que se construye y reconfigura la cultura, es decir se da a partir de una relación con la historia social y cultural del receptor. En este sentido se encontró que el trabajo doctoral de França Rocha, M. La Contribución de las series juveniles de televisión a la formación de la identidad en la adolescencia: análisis del contenido y de la recepción de la serie "Compañeros" (Antena 3). Reflexiona sobre los procesos de recepción en la adolescencia, pensada como ese eslabón entre televisión y cultura, que permite la construcción de símbolos, imaginarios y representaciones de subjetividades que pueden influir en la identidad de los jóvenes. Y, que necesita ser analizada desde la cultura y las relaciones sociales que genera el consumo televisivo. Por lo tanto es una propuesta investigativa que se enmarca desde una corriente en donde "la recepción... viene a romper con el concepto de audiencia como masa. En él, el receptor es concebido de una forma activa, capaz de reaccionar incluso de solucionar los problemas que constantemente se le presentan, aunque tenga que buscar

esta solución oyendo a los expertos que le ofrecen los medios"(Franca, 2001, p.105,) de esta manera se puede comprender el proceso de recepción activa, como un proceso heterogéneo en el cual el mensaje (en este caso las series de televisión), es un fenómeno dialógico fruto de diversas escrituras de un discurso que une productores y receptores en determinados contextos culturales , es decir para analizar al receptor se enfatiza en la comprensión e interpretación de una realidad dentro de un contexto social.(Franca, 2001, p.100) de esta manera la autora, dentro de este enfoque plantea que se hace necesario centrar el interés por una cultura de lo cotidiano, las intenciones, las motivaciones, las distinciones de género, y otras características del proceso de comunicación no observables directamente, ni susceptibles de cuantificaciones estadísticas, como se trata en la medición de audiencia. De ahí, que se pueda hablar de la importancia de los medios en la estructuración y organización del mundo subjetivo del receptor, por lo tanto “ es la recepción lo que permitirá el entendimiento de la televisión como un discurso que engloba lo Real, lo imaginario y lo Simbólico, cuestiones fundamentales para la formación de identidad ” (Franca, 2001, p. 79) y que “para analizar la televisión como discurso, es necesario reconocer sus múltiples facetas, los diversos matices que componen este discurso que integra imagen y texto, información y representación, representación de real y lo imaginario, además de sus aspectos comerciales, ideológicos, éticos y estéticos” (Franca, 2001, p. 76).

Por otra parte se encontró que en el artículo de Guillermo Orozco “Lo pedagógico, lo institucional y lo cultural en la educación mediática”, desglosa una serie de reflexiones sobre las diferentes concepciones y prácticas de la educación mediática, en el cual resalta la importancia de los cambios de los procesos de recepción, que han venido transformándose y es importante “asumir a la escuela como la institución articuladora de la diversidad de lenguajes, códigos y

géneros narrativos y mediáticos, frente a la multiplicidad de las fuentes de información y conocimiento y frente al protagonismo creciente de los medios y tecnologías de información en la vida cotidiana de la sociedad contemporánea, más que una utopía hueca de posibilidad, es simplemente, „asegurarle un futuro a la escuela” (Orozco,1999,p. 28) planteando así un aspecto relevante en el proceso de recepción, involucrando la escuela como un espacio en que la alfabetización en los medios, se presenta con dinámicas que son cambiantes, en donde la escuela debe propiciar que se vaya más allá de una mirada instrumentalista, ya que debe permitir comprender que “los códigos audiovisuales, telemáticos y digitales requieren ser aprendidos, antes de ser usados, no solamente para permitir una adecuada recepción e interacción con los contenidos que vehiculan, sino también porque constituyen nuevas gramáticas sin cuyo dominio no podría considerarse cabalmente alfabetizado el ser humano del siglo XXI.” (Orozco,1999,p. 27).

Por lo tanto “el aprendizaje esperado no se daría, entonces, a partir de una exposición y mera asimilación del contenido recibido por parte de su usuarios, sino a partir de una interacción múltiple con ese contenido, y con otros elementos del contexto y la propia experiencia y habilidades de los educandos, manifestándose en una nueva producción. Una producción que puede ser una re-producción del contenido transmitido, pero también una producción que puede diferir sustancialmente de ese contenido”. (Orozco, 1999, p. 27) es decir es el receptor quien permite comprender las posibilidades que brinda una formación mediática a partir de la apropiación, transformación y re-creación del contenido, es decir una recepción activa.

Así mismo en el artículo de Roig, A. “La participación como bien de consumo: una aproximación conceptual a las formas de implicación de los usuarios en proyectos audiovisuales

colaborativos.” Está dirigido al análisis de la participación de usuarios en los medios contemporáneos a partir de la producción de contenidos audiovisuales. Se hace claridad frente a que, existen diferentes formas de participación a partir de los niveles de implicación y roles que se asumen, entre los que se mencionan están: los creadores activos, inactivos o espectadores pasivos. También se hace mención de cómo las redes y plataformas de creación de contenidos promueven la identificación de usuarios en “comunidades” alrededor de experiencias o productos en común.

Se enfatiza en cómo la participación se estructura a partir de la vinculación de usuarios a las plataformas que permiten publicar, compartir contenidos y hacer parte de la producción de objetos culturales y de cómo el interés de vincular al público radica en generar vínculos emocionales, que permitan la difusión, despertar interés, contribuir con contenidos o mostrar vialidad en los proyectos.

Generando así una reflexión frente a los procesos de participación que se dan por medio de las posibilidades que brinda la internet que determinan una recepción activa para los usuarios, ya que “(...) la participación se estructura fundamentalmente alrededor de las plataformas que permiten a sus usuarios subir o compartir contenidos y que centralizan, sin duda, una parte importante de las prácticas culturales en Internet” (Roig, A. 2010 p. 104). Las diferentes dinámicas que se generan en internet alrededor del consumo y la interacción, determinan diversas experiencias que conllevan a consolidar nuevas maneras de participación y patrones de conductas que crean una mella importante frente a las nuevas manifestaciones y construcciones culturales. Es decir los procesos de recepción se relacionan directamente con la cultura. En este sentido hablar de recepción activa conlleva a comprender que la participación en la red no puede limitarse

al papel del consumidor frente a las industrias culturales o de entretenimiento, cuando da su opinión o accede a contenidos de diferentes maneras, la participación conserva un sentido mucho más amplio y es importante revisar el sinfín no solo de posibilidades que brindan los escenarios virtuales y digitales, sino también la posición de los consumidores, audiencias, productores y prosumidores.

En este sentido se amplía el escenario de la recepción que no solo queda en la trasmisión del mensaje, sino en el recorrido en el que puede ser transformado y reconstruido por el usuario.

Por otro lado en el escrito de Quintas N, y González N, Audiencias activas: participación de la audiencia social en la televisión, presenta un análisis a algunos programas televisivos del 2013 en el que se evidencia el tránsito de la televisión a partir de la aparición de las nuevas dinámicas de la red y las nuevas tecnologías. En donde desarrolla aspectos como el acomodo o mutación de la televisión tradicional a una nueva dinámica televisiva que es hipertelevisión, según la autora, en la que convergen elementos como la audiencia social y aparece una definición de esta televisión como la televisión social. En suma es esa televisión que ha sido permeada por la interacción de las audiencias, que se vale de medios de comunicación y redes sociales para replantearse y convertirse en lo que hoy es. Estableciendo así, un papel relevante la recepción activa dentro de las nuevas dinámicas de la televisión, teniendo como eje articulador el usuario que se convierte en prosumidor, transformando así no sólo los contenidos, sino las plataformas y medios en los que se consume la televisión, generando un panorama complejo y dinámico En este sentido se amplía el escenario de la recepción que no solo queda en la trasmisión del mensaje, sino en el recorrido en el que puede ser transformado y reconstruido por el usuario.

Esta perspectiva teórica y metodológica permite establecer los diferentes estudios que hay frente al fenómeno transmediático que se enmarca en un Ecosistema en Red, que cada vez es más diverso y con más posibilidades al prosumidor, quien es un agente dinámico y transformador, así mismo se evidencia que hay diferentes investigaciones sobre la televisión en espacios convergentes, aunque pocos abordan lo que tiene que ver con el dialogo entre la escuela y la sociedad, frente a los nuevos usos y apropiaciones de la revolución digital y el desarrollo del internet. Estableciendo así la pertinencia del proyecto de investigación.

3. Marco teórico

El problema que se propone este estudio es: determinar, ¿cuáles son las principales estrategias de producción y recepción transmedia en televisión en Colombia para poder explicar las metamorfosis que se dan actualmente en el circuito de la comunicación dado el impacto de las innovaciones y metamorfosis tecnológicas asociadas al cambio y la revolución digital? Este interrogante se corresponde a nivel educativo y pedagógico con la pregunta por ¿cuáles son los nuevos dispositivos, ambientes y mediaciones estructurales que hacen posible el cambio comunicativo y cultural y el nuevo diálogo de la escuela y la sociedad a raíz de los nuevos modos de uso y apropiación transmedia de la ficción televisiva en Colombia? .

Bajo este panorama en el que la sociedad de la información está en devenir y transformación constante, dada por la revolución digital y le era del internet, se hace necesario comprender e interpretar todas aquellas nuevas relaciones que se gestan en un mundo globalizado, en el que *“asistimos a un nuevo ecosistema mediático, donde los medios tradicionales se adaptan a la irrupción y desarrollo de los nuevos medios interactivos; donde las especies más antiguas (prensa, radio, televisión convencional) han de renovarse para evitar su extinción.”* (García, 2009. p. 112) y en donde la escuela debe ser un eje articulador ante esta nuevas formas de relacionarse ya que en *“el ámbito de la educación mediática es ciertamente complejo y presenta enormes desafíos, tanto a los educadores, como a los comunicadores. Lo pedagógico, lo institucional y lo cultural,*

más que lo comunicacional donde se han dado mayores avances hasta ahora, serían los ámbitos principales de trabajo y rediseño de la educación mediática.” (Orozco, 1999. p.29) y es en este escenario en donde la escuela debe ser repensada ante unos medios tradicionales que están mutando ante las nuevas posibilidades que brinda la transmediación y en donde la televisión como medio hegemónico está cambiando y *“la revolución multimedia dentro de la cual nos encontramos está transformando, al homo sapiens, producto de la cultura escrita, en un homo videns, cual la palabra ha sido destronada por la imagen. Y en todo ello la televisión cumple un papel determinante. La primacía de la imagen, es decir de lo visible sobre lo inteligible, lleva a un ver, sin entender que ha acabado con el pensamiento abstracto”* (Nieves, M. 2002. P. 278). Punto clave en el que, el objeto de esta investigación se estructura a partir de unos tópicos que establecen un derrotero teórico.

De este modo, hoy en día hay procesos que se están dando en el campo de producción audiovisual y se encuentran términos como el de narrativas transmedia, convergencia de medios, experiencia del usuario y prosumidor, conceptos que permiten analizar las nuevas posibilidades de acción y participación, de usuarios que ahora son prosumidores en los procesos de producción, de narración y creación, medios que se dan gracias a los múltiples plataformas.

Por lo tanto, comprender estas nuevas dinámicas permitirá, por qué no una nueva conexión, cargada de sentidos en donde se den nuevas voces y participación en un campo en el que hay diversas opciones en el mundo tecnológico y educativo.

La escuela como institución moderna por excelencia, ha quedado anclada a los ideales de construcción de sujeto moderno, racional, universal y abstracto, dando la espalda a nuevas transformaciones que se han venido desarrollando, ya que los procesos de enseñanza – aprendizaje han establecido como prioridad la escritura y la lectura, como algo lineal, mostrando así una apatía a la imagen y todo su universo simbólico, negando la posibilidad de comprender y analizar la cultura mediática en la que se está, una desarticulación con el mundo, su cultura, es decir, con todas aquellas construcciones que se dan y que reconfiguran subjetividades en la cotidianidad.

Por consiguiente, se ha generado una crisis donde se hace necesario comprender la escuela desde nuevas formas de leer y escribir ante una cultura de la imagen. Donde se crean nuevas sensibilidades, formas de percibir y sentir. Ya que los intentos que se han presentado desde la escuela son de carácter funcionalista e instrumentalista que no va más allá de su uso.

Se comprende que ante este panorama, para lograr tener un espacio escolar en donde se articule ese flujo de contenido en el cual intervienen múltiples plataformas, que generan experiencias integradas e interactivas como lo es la convergencia de medios, se debe buscar diversas estrategias educativas de recepción, en donde se busque educar la mirada hacia una cultura que es cada vez más mediatizada.

Para empezar, la formación de una construcción crítica frente a la polisemia y las discontinuidades que son características de la imagen. Es primordial vincular la cultura en la que se construyen subjetividades, y es aquí donde aparece la televisión como

“una de las tecnologías que ha sabido reinventarse a sí misma, adaptándose a nuevos estadios, como ahora el digital. Como industria cultural ha establecido alianzas con otros sectores y ha elaborado estrategias para dinamizar y diversificar su producción. Estas características son de mérito, sin embargo, la gran batalla ganada por la televisión y que ha demostrado contundentemente, es su capacidad de incidencia en el campo cultural, social y familiar del sujeto. ” (Martínez, L. 2008, p. 9)

Por lo tanto se puede entender a la televisión como un medio, una tecnología que contiene un discurso que esta entre la realidad y la ficción, entre el texto y la imagen, con un carácter fuertemente simbólico que está dentro de la esfera social del sujeto, que abastece de representaciones a los diferentes campos identitarios, siendo así un actor social. Que devela el poder cultural del contexto. Es decir que la televisión y en este caso la ficción televisiva juega un papel primordial en la vida diaria del sujeto que consume este medio, es decir los usuarios son agentes activos en la construcción continua y permanente de representaciones culturales, planteando así, a la televisión y específicamente sus contenidos como potencializa dores que tienen la capacidad de acción dentro de la sociedad, desde el uso, consumo y apropiación, de cada una de las significaciones presentes en los productos televisivos.

Además *“hoy la globalización con todo lo que conlleva, detona, inhibe e impone, está modificando, significativamente, en la manera en la que se produce, difunde y consume televisión. Sobre todo está transformando los modos en que la televisión y las audiencias existen como tales. No obstante la vieja televisión “no acaba de morir y la nueva no acaba de nacer” ”* (Orozco, G. 2012) Por lo tanto, se puede establecer un panorama en donde se vislumbran nuevas dinámicas

de consumo, que están fraccionadas y de los retos que traen consigo las nuevas tecnologías a la televisión.

Así mismo, abre un espacio de participación, en donde se permite una polifonía, desde nuevas experiencias comunicacionales como una alternativa para pensar las nuevas y viejas ciudadanías, desde el marco de la participación teniendo en cuenta que no todas las audiencias pueden estar en una sociedad en red. Que se está transformando y migrando a otros espacios que no son exclusivos de la pantalla clásica.

Siendo así, relevante analizar las dinámicas que se han dado gracias a la globalización de un panorama con múltiples posibilidades en la televisión, y de las nuevas formas de relación entre productores, emisores y audiencias, desde espacios de participación y de construcción de ciudadanía, a partir de la visibilidad y la interactividad. En consecuencia se generan nuevas dinámicas de interacción entre los nuevos y viejos medios, en formas complejas, que deben ser estudiadas con interpretaciones diferentes, a la de una mirada instrumental, ya que estos medios están como un resultado histórico, en donde la convergencia y la transmediatización, son resultados de la época en la que vivimos.

Los múltiples escenarios en los que el uso de la televisión permea, construye, moldea, crea o transforma, los imaginarios de espacio, tiempo, sociedad, opinión pública, entre lo privado y lo público. La instantaneidad, mundialización y globalización han permitido una videosfera en donde se modifican las formas de relacionarse en la humanidad. Las tecnologías de la televisión han permitido trascender en diferentes espacios de la realidad virtual en la cual se puede ver un presente, vivir un pasado y predecir un futuro. Pero sin tiempo para comprender o procesar esta

información, procesos que gracias a la inmediatez se dejan de lado, pero que deben ser abordados por la educación, en busca de una formación de una sociedad crítica y transformadora de su contexto.

Por consiguiente si se analiza y comprende este nuevo espacio resultado gracias a la convergencia mediática. Y, al internet como hipermedio, que ha venido a transformar al gran medio de la comunicación de la modernidad, desde sus textualidades, y en especial desde su interactividad, permitiendo así a la televisión la oportunidad de remediarse gracias al internet. Se puede establecer que el futuro de la televisión es social y es móvil, porque estamos ante nuevas prácticas que son resultado de la era de las tecnologías de la información y comunicación, y de los cambios que se han gestado en las últimas décadas con relación a la integración progresiva de la telefonía móvil en la vida social. Posibilitando así, mayor interacción en un contexto compartido, con diversidad de contenidos y de mayor participación y permitiendo así, una retroalimentación, que antes no se daba. Así mismo se puede hablar de una extensión de la experiencia (Orozco,2012) que es una estrategia de las cadenas televisivas en la que se adaptan las producciones a diversos formatos multipantallas, que pueden ir desde un videojuego hasta un sitio de spoilers. Dando como resultado formas de interactuar diversas, generando una oportunidad para la televisión, el poder articular a través de Internet, lo que se relaciona con la participación ciudadana en donde los medios públicos tienen un papel protagónico. Estableciendo así a la interactividad como un proceso de democratización y participación, en el consumo televisivo.

Por otro lado cuando se busca establecer la relación entre educación y televisión, se hace necesario comprender todos los procesos que implica desde la educación saber usar la televisión.

Con lo anterior, es importante la formación de una competencia televisiva, ya que requiere de procesos cognitivos de consciencia y creatividad, ya que la televisión tiene tres componentes uno desde los condicionamientos tecnológicos en que se da la televisión. Por consiguiente se estructura tres dimensiones de la televisión, en donde la primera es el carácter de instrumento tecnológico, que se puede entender como un dispositivo que capta y trasmite imágenes, asimismo es un procedimiento de registro y manipulación de señales. Otro es el campo de lo semiótico y de la lingüística ya que televisión es un lenguaje, la cual contiene un conjunto de significantes de un universo semántico, y en consecuencia necesita de una competencia lingüística para lograr interpretar este lenguaje televisivo y el último que es el saber discursivo, desde lo pragmático porque la televisión es un discurso, en la cual adquiere una dimensión social que debe ser comprendida y analizada. Ejes que articulan una formación que debe no solo tener un componente teórico, si no debe permitir al espectador una práctica que le permita una facultad y libertad con el uso de la televisión. Dos campos que han sido separados. En donde se ha creído que la televisión es solo para el entretenimiento y la educación solo para leer y escribir.

Así mismo, frente a *“La necesidad educativa de potenciar esa competencia televisiva está claro: a nadie que pretendiera enseñar cualquier materia se le ocurriría utilizar un libro sin antes asegurarse de que se conoce su uso. Lo mismo sucede en nuestro caso: no es posible ni educar con la televisión (o aprovechando la televisión) ni educar para utilizarla críticamente si antes no se dispone de una cierta competencia en el medio. En términos de Eco: “Si se quiere usar una televisión para enseñar a alguien algo, se debe primero enseñar a usar la televisión”*. (Pérez, 1994. p. 39.) =-in gg

Por lo tanto bajo este horizonte teórico en donde los saberes tecno mediados se articulan a la cultura, en donde la presencia y el desarrollo de la dimensión transmediática, complejiza los sistemas comunicativos, y en tiempos donde la convergencia con la ficción televisiva abren nuevos espacios que generan diferentes dinámicas, implica ampliar la mirada hacia generaciones que traen consigo transformaciones propias de los nuevos escenarios en los cuales le web está cada vez más presente en la vida cotidiana, y en donde la convergencia de medios esta materializada en el Internet. Y en este caso el de la televisión que se ha ido desplazando no sólo a una pantalla chica sino a múltiples plataformas, trayendo consigo nuevas formas de consumo y de recepción.

Se precisa entonces, en este ecosistema mediático, que aparecen nuevas formas de contar dadas por el discurso televisivo como un correlato importante en la producción digital, como punto de encuentro en que se dan nuevas voces como la de los televidentes quienes construyen nuevas formas de narrar que generan retos a las productoras, ante un universo que expande en red.

Procesos multimediales en los que la narración cobra nuevas formas de ser contada, en diferentes formatos, plataformas y dispositivos. Y es en este espacio de la ficción televisiva en el que puede surgir todo un universo narrativo en el que sus protagonistas son los televidentes. Y se debe “asumir a la escuela como la institución articuladora de la diversidad de lenguajes, códigos y géneros narrativos y mediáticos, frente a la multiplicidad de las fuentes de información y conocimiento y frente al protagonismo creciente de los medios y tecnologías de información en la vida cotidiana de la sociedad contemporánea, más que una utopía hueca de posibilidad, es simplemente asegurarle un futuro a la escuela” (Orozco, 1999 p. 28)

4. Diseño Metodológico.

Conforme al enfoque teórico conceptual acerca de los procesos de producción y recepción transmedia en televisión en Colombia, se desglosa una metodología que permite dar luces a este panorama complejo y diversificado, como lo es buscar dar respuesta al replanteamiento de la escuela y la relación con la sociedad tecno mediada, por lo tanto se establecieron estrategias con un diseño de tipo mixto, implementando métodos y herramientas de carácter cuantitativo y cualitativo, para interactuar con la población seleccionada, determinando así las implicaciones de carácter socio cultural y educativo.

Por consiguiente, se estableció como estrategia metodológica cuatro fases fundamentales en el proceso investigativo del proyecto. En la primera Fase, se dieron dos etapas que articularon una sensibilización e inducción a todo el grupo de trabajo, en donde se constituyó todo el corpus y punto de partida con la configuración teórica y metodológica del estudio. En el que se logró un acercamiento a la población seleccionada y así se determinó un diagnóstico explorativo.

Ahora bien, partiendo de un estudio de carácter diagnóstico, explorativo y comprensivo del panorama comunicativo que se ha venido dando por la innovación y transmediación en la ficción televisiva desde los usos y apropiaciones que se dan por los jóvenes en la escuela colombiana y de contextos que trascienden este espacio desde la cotidianidad. Se inició con una aproximación e indagación de los tópicos que articulan la fundamentación del proyecto, para estructurar unas encuestas que se aplicaron a los estudiantes de cuatro colegios de la ciudad de Bogotá Colegio Tomas Carrasquilla, I.E.D. Miguel de Cervantes Saavedra, I.E.D Francisco de Paula Santander y I.E.D Jorge Gaitán Cortes.

Por otro lado en esta Fase inicial, se dio la revisión bibliográfica centrada en los tópicos de Ficción televisiva, convergencia tecnológica, recepción activa, recepción interactiva, Televisión, televisión transmedia y transmedia. Para lograr realizar el estudio de la información se utilizó una matriz de análisis en la que se registraron las valoraciones de carácter cualitativo de la revisión de documentos. Para así, diseñar los instrumentos de seguimiento de los procesos de lectura crítica de la ficción televisiva para trabajar con la población seleccionada.

La siguiente Fase se constituyó desde la de elaboración y consolidación de un diagnóstico exploratorio, en donde se direcciono la mirada teórico metodológica, a partir de una propuesta pedagógica por proyecto que permitió construcción y comprensión crítica de la ficción televisiva en este caso de la serie de Diomedes, a partir de encuestas y de unas matrices de análisis, trabajadas con la población.

Así mismo, se estructuró una ruta metodológica que logró condensar información a partir de la interacción con la comunidad estudiantil desde las experiencias dadas por la interpretación y lectura de la serie de ficción televisiva y su propuesta transmediática.

El trabajo realizado como participante del grupo de Investigación se dio en el Colegio Tomas Carrasquilla, en donde se hizo la aplicación práctica del proyecto de investigación con trece estudiantes de grado once, de edades entre 15 a 19 años, la edad entre la cual se encuentran los estudiantes es la apropiada para estudiantes de grado once. Según los datos se obtuvieron que hubo estudiantes de 15 años un 16%, 16 años es de un 52%, seguido de 17 años 24% y 8% con 19 años. Así mismo se encontró que el consumo de internet junto al de la televisión es alto, aunque más en Internet que en televisión.

Frente a las series de ficción trabajadas La Selección (segunda temporada) y Diomedes que fueron las de mayor rating. Se abordó en esta institución específicamente la de Diomedes, en donde se determinó que la mayoría de los estudiantes la conocían, por diferentes medios.

Así mismo, con la encuesta realizada se pudo evidenciar que en su gran mayoría los estudiantes conocían el personaje principal de la serie de ficción y que las redes sociales permitieron acercarse a la serie como tal.

Así, a través de la indagación y aproximación con los estudiantes se pudo determinar que fue un grupo dinámico y receptivo, que permitió un trabajo de lectura y apreciación de la serie de ficción, junto a posturas diversas frente al discurso televisivo y de las propuestas de interacción que dio la cadena televisiva.

4.1 Matriz de Ficción televisiva (AnexoA):

En consonancia con esto, la siguiente Fase fue de análisis e interpretación de datos y construcción de resultados, que arrojó la aplicación de la propuesta de intervención, en donde los estudiantes trabajaron dos matrices una que se relaciona con un análisis de la ficción televisiva en lo que se refiere particularmente a ésta se exploraron tres aspectos:

- A. La parte técnica y realización de la ficción televisiva.
- B. El Lenguaje de la ficción televisiva.
- C. El discurso de la ficción televisiva.

Con base en esto, se analizó que los adolescentes estructuran y reconocen la ficción presentada frente a categorías importantes como lo son el lenguaje compuesto, la narrativa audiovisual, el componente textual, la estructura narrativa, junto con sus personajes y conflictos relevantes. Presentándose de manera significativa lo siguiente:

Lenguaje compuesto

Los recursos más destacados por los jóvenes en su matriz fueron la música y las imágenes ya que:

- El 100% de los jóvenes ven la música de la telenovela como un elemento vital y presencial que narra la vida de Diomedes Días y transmite emociones al televidente.
- EL 40% de los jóvenes además de la música, reconocen las imágenes como elementos que atrapan la atención de los televidentes.
- Entre el 20% y 10 % de los estudiantes evidenciaron, además de la música, los diálogos, escenarios y lenguaje, entre otros, unos recursos sustanciales dentro de la ficción.

La narrativa audiovisual

Frente a este aspecto se pregunta a los jóvenes sobre ¿cómo cuenta la televisión?, la manera en que la narrativa audiovisual recrea, desarrolla una ficción. Sus respuestas más comunes fueron:

- El lenguaje musical para los estudiantes es el más relevante, ya que, según estos, está presente en la vida del personaje y narra los momentos más significativos del artista; es por ello que el 100% los nombró.
- El 50% nombran, además de lo anterior, como algo claro en la narración la presentación de la misma de forma lineal, “relata la vida de un personaje desde que nace hasta que muere” (Alejandro Gutiérrez, estudiante de 15 años).
- El 20% y 10% de los jóvenes adicionan al lenguaje musical el drama y suspenso, con sus porcentajes respectivamente.

La estructura narrativa

En cuanto este aspecto se busca indagar sobre el análisis e interpretación que realizan los adolescentes al responder el siguiente interrogante ¿Qué tipos de texto identifica en la narrativa de la telenovela/ficción?

- El 100% dice que la ficción maneja un texto narrativo, y dentro de este rango además de ser narrativo el 80% lo cataloga a su vez como descriptivo y el 70% agrega el texto explicativo; generándose características contundentes de la telenovela, en la cual según respuestas de los mismos jóvenes se narra y explica a través de textos y canciones la historia de su protagonista.

Por otro lado el desarrollo argumental identificado por los estudiantes, dentro del lenguaje compuesto de la ficción, donde se habla de los momentos claves y se responde a los interrogantes ¿Cómo transcurrió la historia en el relato? ¿Qué ocurrió? ¿Cómo se desarrolló? Se puede deducir que los jóvenes tienen presente el nacimiento, su primer amor, la relación con el narcotraficante “pluma blanca”, la muerte de su fans y sus problemas de drogadicción y alcoholismo; y desde luego su muerte, junto con el homenaje.

Conflictos relevantes

En este componente se cuestionó uno de los tópicos más relevantes frente a las circunstancias presentes en la telenovela por ello se indaga ¿Qué situaciones o conflictos le llamaron la atención?

- El 100% habla de los problemas familiares entre los cuales señalan las historias de amor y sus respectivas separaciones.
- El 80% sostiene, a su vez, como situación conflictiva las malas decisiones tomadas por el artista, allí enmarcan problemáticas como las drogas y el alcohol y la muerte de su fans, en donde el cantante se vio envuelto
- El 70 %, además, habla de la fama y cómo el dinero cambio su vida.

Finalmente, y para terminar el análisis del aspecto B (lenguaje compuesto) de la matriz, se observa, frente a otros aspectos como el marco espacio temporal (¿cuándo y dónde ocurre el relato?) y sus personajes, los jóvenes en su totalidad evidencian lugares como Valledupar, Bogotá, Medellín, la Junta, entre otros, a su vez la fecha de nacimiento de cantautor colombiano, en quien es inspirada la ficción. Los personajes relevantes catalogados entre ellos sus diferentes esposas, su madre, compañeros de su vida musical etc. a quienes algunos les dieron su rol dentro de la telenovela.

Análisis del Discurso Televisivo

Este componente de la matriz de Ficción televisiva, indaga sobre los procesos socioculturales que se movilizan desde el discurso de la serie de Diomedes, por lo tanto a partir de las valoraciones realizadas por los jóvenes se encuentra que son diversas las percepciones que tienen sobre el relato que construye la serie, aunque tienen puntos de encuentro. Por consiguiente entre los aspectos más significativos se tiene que:

Para este grupo de estudiantes la visión que les deja el relato es positiva en un 100%, ya que les permitió reflexionar sobre la vida que tuvo el personaje de Diomedes, que no es perfecta como ellos creían, sino que por el contrario hay dificultades y problemas que se pueden superar.

Igualmente, un 20% ve la relevancia de los problemas que conlleva ser un personaje público, ya que la fama influye en cómo se da la vida.

Así mismo se evidencia que reconocen en la serie diferentes representaciones sociales, un 45% de los estudiantes coincidieron en que se ve puede ver la representación de la pobreza, la familia y la humildad, un 36% encontró aspectos como la drogadicción, siendo relevante en la serie, ya que les permitió reflexionar sobre la vida del personaje. Así mismo en un 27% vieron el esfuerzo o superación personal. Un 18 % el narcotráfico y el alcoholismo. Y un 9% otras representaciones como, la fama, la religión y los fanáticos, como representaciones sociales que se dieron en la serie televisiva trabajada.

En el caso de los actores sociales un 100 % encontró como actor social el celador y 90% el cantante, un 72% el policía, así mismo un 36% coincidieron en actores como la familia y 27% periodista. Y finalmente un 18% identificaron otros actores como los fans, el doctor y los vecinos.

Frente a los procesos socioculturales se registró por parte de los jóvenes que un 90% vió en la serie una exaltación en la cultura vallenata, y un 63 % a representaciones en tradiciones religiosas, situaciones relacionadas con el amor y mezcla de culturas, finalmente un 9% consideraron otros procesos como machismo y vicios.

En relación con la intencionalidad del relato de la serie, en los estudiantes se evidencia que en un 54,6 % se puntualiza desde lo implícito y explícito, la importancia de cumplir los sueños y ver lo significativo que fue de la vida del personaje de Diomedes. Mientras que un 45,4% no especifican desde lo implícito o explícito del relato, ya que lo hacen de una forma general en la que expresan la relevancia de la vida de Diomedes, de las dificultades por las que tuvo que pasar y de cumplir lo que se quiere.

4.1.2. Hallazgos:

- Se puede señalar que los estudiantes frente al discurso televisivo tienen la capacidad para reconocer una serie de aspectos que articulan y movilizan unos relatos de representaciones sociales propias de la cultura colombiana, específicamente de la cultura vallenata desde la vida del personaje principal de la serie de Diomedes, es importante resaltar que aunque los estudiantes comprenden aspectos como los de actores sociales, procesos socioculturales y la intencionalidad del discurso, lo hacen resaltando elementos positivos, como el de cumplir los sueños, la importancia de vida de un personaje famoso, la familia, la religión, entre otras particularidades, dejando en un segundo plano aspectos como la drogadicción, el narcotráfico y otro tipo de problemáticas que se dan en la serie. En donde no lo consideran relevante para el análisis.

- Desde los diferentes aspectos que se analizaron se puede evidenciar, que esta serie de ficción televisiva, abarca diferentes representaciones sociales. Costumbres y formas de vida en la cual se establece la relación con la realidad en la medida que toma como base de producción, todas estas situaciones que se dan en la cotidianidad y permiten que quienes las consuman se identifiquen o se vea reflejado en ellas. Por lo tanto esta serie muestra la vida de un cantante ícono del género del vallenato en donde desarrolla diferentes pasiones por la música, la fiesta, la familia y hasta el engaño. Junto a ello la serie televisiva recrea situaciones específicas de la vida del artista que se pueden recordar los televidentes, generando una memoria que vincula la ficción con la realidad.

4.2. Matriz de análisis de producción y recepción transmediática (Anexo B).

Respecto a lo anterior y lo que se refiere particularmente a la matriz dos se abordaron los siguientes niveles:

- A. Nivel de Producción
- B. Nivel de recepción desde el productor
- C. Nivel de recepción desde la audiencia

De acuerdo con los niveles trabajados con los estudiantes se evidencian los siguientes resultados:

A. Nivel de Producción:

En este nivel se trabajaron diferentes aspectos los cuales fueron:

- Lenguaje utilizado y medios tratados, dando como resultado que:

Se evidencia que los estudiantes ven la radio como el medio más tratado por medio de la producción en un 63%, seguido de un 36 % de las redes sociales, un 18% el periódico y un 27% otros medios.

- Esquema de diseño de la narrativa

Se puede analizar que los estudiantes reconocen que el tipo de narrativa está diseñado en donde la interacción desde el productor hacia el público no la hay. Por lo tanto un 54% de los estudiantes determinaron que es cerrado. Y un 27% abierto, aunque expresan que la interacción se da solo desde el público.

- Procesos de enlace entre los productos y medios.

Frente a esta temática los estudiantes escribieron en un 27% que evidencian como proceso de conexión la publicidad hacia los fans y los sitios web. Por otro lado un 18 % consideran que la estrategia se dio desde las redes sociales, otros como los que se dan desde el micro sitio de la serie y otros consideran que no hay conexión.

- Herramientas V.O.D y micsositios.

En este aspecto los jóvenes consideraron en un 72% que la serie tiene un micrositio en el que pueden realizar diferentes acciones aunque tiene limitaciones como por ejemplo no deja ver todo. Un 18 % considera que no tiene y un 9% que no cuenta con un sistema V.O.D.

- Ejes conceptuales y significativos de los elementos del transmedia

Dentro de este componente, se identifica que en un 45% los estudiantes ven los ejes conceptuales en la forma en que se cuenta la historia de un personaje reconocido. Y un 27% consideran que el eje conceptual se dio desde las redes sociales, a partir de videos y contenidos de la serie.

- Elementos cardinales de los productos incluidos en el transmedia.

Se puede analizar que los estudiantes en un 45% como elemento cardinal en los productos transmedia la participación del usuario, a partir de la opinión, los contenidos y la interacción. Por otro lado un 27% de los jóvenes ven la importancia de la vida del personaje desde la controversia y el manejo de la información. Finalmente un 9 % considera importante la música como elemento relevante.

Nivel de recepción desde la audiencia

En esta tercera parte de la matriz se busca que los jóvenes reconozcan el nivel de participación y creación por parte de los televidentes y la productora en los diferentes sitios creados por la audiencia y fans.

Para lograr lo anterior, se tiene en cuenta la interpretación que hacen los adolescentes sobre los sitios creados por los fans, los productos mediáticos creados por la audiencia, los niveles de participación de la audiencia en sus redes sociales propias, Los usos de memes, lemas o ideas surgidos desde la audiencia en otros contexto, Eventos y movimientos impulsados desde las audiencias, y finalmente los niveles de participación de las productoras en los sitios diseñados por audiencias.

Sitios creados en las redes sociales por los fans

Dentro de este campo se reconoce ¿qué sitios han sido creados por los usuarios sobre la ficción? Respuesta en la que toman más de una opción presentándose los siguientes resultados

- Facebook fue la plataforma más nombrada por los jóvenes con un 60%
- seguido de Twitter con un 30%
- Páginas web lo nombran un 20 %
- Videos, Instagram, You Tube 10%
- No responde 10%

Productos mediáticos creados por la audiencia

En este aspecto se indagó sobre ¿qué productos mediáticos han creado los usuarios a partir de la ficción? Dentro de lo cual respondieron con los siguientes porcentajes.

- Imitaciones, en video, por parte de niños del cantautor 50%
- Memes, imágenes, twist 20%

- Creación de Instagram 10%
- Audios 10 %

Niveles de participación de la audiencia en sus redes sociales

Frente al interrogante ¿qué tanto participan los usuarios en las redes creadas por las audiencias? La respuesta fue bastante clara ya que en su totalidad los jóvenes manifestaron una intervención contundente por parte de los usuarios, en donde según estos también se genera un publicidad de la ficción.

Uso de memes, lemas o ideas surgidos desde la audiencia en otros contexto

Respecto al uso de memes, lemas y demás ideas en otro contexto que no es el de la ficción, los estudiantes aclararon que se realiza con el fin de criticar, burlar, generar diversión y gracia frente al contexto en el que se están moviendo. Todo ello con un 100% de uso.

Eventos y movimientos impulsados desde las audiencias

Cuando se interrogó sobre qué eventos masivos u offline se han realizado desde la ficción, impulsados por la audiencia. Las respuestas de los adolescentes no fueron claras, pues estos tomaban eventos realizados por la productora, como el lanzamiento de la novela, conciertos, homenajes etc. como si estos hubieran sido impulsados desde las audiencias; generándose una confusión entre lo que hacen los fans y la productora.

Nivel de participación de las productoras en los sitios diseñados por audiencias

Al responder el interrogante ¿qué tanto participan las productoras en los sitios creados por los usuarios? El 90% se cobijó bajo la respuesta de nunca, señalando que no lo realizan porque

no son páginas oficiales y quienes lo realizan son “terceros” y tan solo un 10% como la de poco señalando pero con un sentido publicitario.

4.2.1. Hallazgos:

- Finalmente se puede concluir que los jóvenes determinan la participación de la audiencia como un punto álgido dentro de lo creado por los mismos, ya que se genera una intervención alta en la creación de sitios forjados por estos sobre la ficción y los productos mediáticos, permitiendo que se genere una crossmedia donde hay cruce de plataformas sin extender el universo narrativo. Por otra parte, a su vez, reconocen que la intervención de la productora en lo realizado por los mismos se efectúa con intereses publicitarios, pues no hay una respuesta o mediación en lo comentado dentro redes sociales de los fans que determine el interés de los creadores de la ficción en lo cooperado por la audiencia.
- Se puede concluir que los estudiantes tienen la capacidad interpretativa y de relación con el nivel de producción, en donde identifican los diferentes elementos que se dieron desde éste hacia el público. De ahí, que se pueda afirmar que aunque hubo una gran estructura mediática de promoción de la serie en diferentes plataformas, consideran que no había una interacción entre la producción y los usuarios.

Finalmente en la Fase final que corresponde a la comunicativa – pedagógica se consolido el informe final de la investigación y la realización de eventos de difusión y muestra de los productos mediáticos resultado del proceso con la población de estudiantes. A su vez se consolidaron los informes correspondientes de carácter final, como para el anuario de OBITEL y para el documento que se publicará en el CIDC-UD.

5. Conclusiones

- Es claro que la televisión mueve fibras, permite representaciones, re significaciones e interpretaciones de una realidad. A partir de la construcción de relatos que entran a mediar entre el televidente y la cultura. Procesos de modos reconocimiento que responden a las dinámicas en las que se narra la ficción. Para ello la industria televisiva toma como insumo la cotidianidad y el melodrama, ya que ésta permite la catarsis de un espectador que hace una resemantización constantemente a la telenovela. Por ello la fuerza que tiene la ficción

- Se puede ver que en los espacios tecno mediados desde la narrativa del discurso televisivo en la actualidad, aparecen las multipantallas como una alternativa de posibilitar al espectador un poder de decisión a la hora de consumir, ya que no es necesario el aquí el ahora, porque el espectador es quien decide cómo, cuándo y dónde quiere ver la emisión de su serie favorita, todo ello gracias a plataformas o portales elaborados por los mismos productores como estrategias para enganchar al televidente. Por lo tanto la creación de elementos mediales que nacen desde la narrativa, son relevantes en el discurso que construye y potencializa la ficción televisiva.

Pero es importante tener en cuenta que aunque todo es una sinergia que reconfigura y hace parte de la cotidianidad y realidad del espectador, en el mundo globalizado en el que se está, la televisión de calidad se deja de lado por contenidos pensados en el consumo y en Colombia no es la excepción, ya que los programas reflejan narraciones que llegan al espectador de forma directa y sin mayor complejidad, que no necesitan ser procesadas sino que se puedan asimilar desde la

instantaneidad y lo superfluo no permitiendo la opción de ser cuestionados de forma crítica todos estos relatos. Generando así ratos tanto a la sociedad que lo consume como a la Educación, que debe dar respuesta a estos nuevos ecosistemas mediáticos, en el que se construyen y reconfiguran nuevas narrativas en un panorama tecno mediado.

- La televisión y específicamente sus contenidos tienen la capacidad de acción dentro de la sociedad, desde el uso, consumo y apropiación, de cada una de las representaciones presente en los productos televisivos. De ahí la importancia de formar una competencia televisiva y más en épocas donde lo digital y lo medial juegan un papel determinante en la construcción de representaciones, construcciones y mediaciones dentro de la sociedad.

- La ficción televisiva es una construcción simbólica que cambia los procesos de identificación en los sujetos e influye claramente en sus emociones, los hace reír, llorar, enojarse en definitiva consumirlos. Las ficciones audiovisuales son entonces espacios, en los que independientemente del lugar o país, comparten los mismos universos simbólicos. Y que gracias a la transmediación y la convergencia tecnológica se amplían y transforman constantemente por el prosumidor. En conclusión es claro que la expansión mediática y narrativa es escasa y aunque hay espacios que intentan abrir la participación del espectador con series de ficción televisiva y, en algunos escenarios termina siendo nula, por lo cual se considera que la producción y recepción transmedia en Televisión en Colombia es un campo aún por explorar.

6. Aplicación multimedia.

Teniendo en cuenta que las narrativas transmedia han tenido un origen desde que se usó por primera vez por Henry Jenkins, donde lo establece (Scolari, 2013) como la expansión de la historia a través de diferentes sistemas de significación, en el que hace una reflexión frente a las posibilidades que brindan estas narrativas, en la construcción del relato, posibilitando nuevas opciones de crear un universo narrativo, espacios de reconstrucción colectiva y fuertemente comunicativos. Se puede referir a todas aquellas experiencias que un mercado permite en plataformas virtuales, televisión, libros o videojuegos, concediendo al hombre ser un recolector de información. De esta manera, para la aplicación multimedia del proyecto se buscó materializar el análisis crítico del proceso dado a partir de la serie de ficción trabajada. Por lo tanto bajo este panorama el grupo de estudiantes del Colegio Tomas Carrasquilla, se mostró como un grupo receptivo y participativo en el manejo de diferentes medios entre los cuales arrojo como resultado varios videos, una canción, memes y comic. (Anexo C)

En consecuencia se puede ver que este tipo de prácticas generan elementos que nos acercan, redes que van más allá de la ficción, espacios abiertos a la transformación de nuevos relatos que pasan por la memoria, el sentido y la expresión. Que revierten las dinámicas en las que sumergen al estudiante en un consumidor, así que, le posibilita por qué no, ser prosumidor, un nuevo rol

en el que se puede decidir y crear. Las multimedia dejan de ser simplemente instrumentales y se convierten en medios fuertemente comunicativos que dan nuevos sentidos desde los interrogantes que genera la comprensión de la realidad, la cotidianidad y la creación de mundos posibles.

Del mismo modo se hace necesario, que cuando se habla de narrativas transmedia, no sólo se dé importancia a esas nuevas organizaciones y modalidades discursivas en que se construyen, sino que también es esencial tener en cuenta para el ejercicio crítico, una comprensión de todas aquellas relaciones de poder, que se entretajan en un espacio y tiempo ubicuo. Ya que un uso reflexivo y consciente en un sistema ecológico digital establecerá nuevas dinámicas transformadoras, transversales y cargadas de construcciones simbólicas con sentido. Nodos que articulan diferentes lenguajes, ya que puede permitir contenidos en una historia que inicia o se da origen en este caso una serie de ficción televisiva, se extiende en este caso un comic, un video, una canción, memes hasta llegar a una plataforma en internet. Perspectivas que amplían el espectro de los puntos de vistas, a partir de la práctica, la diversidad, recursos, temas y soportes. Propiciando de esta manera un pensamiento crítico y proactivo.

Por lo tanto si se tiene en cuenta esta historia, que siempre ha estado presente, en donde todos los medios cuentan (Scolari, 2013), es una puerta abierta desde las prácticas pedagógicas, para establecer esa conexión con los jóvenes que han estado inmersos en este universo. Un universo que está lleno de relatos por contar y es el docente quien puede encausar en diferentes posibilidades, a un camino quimérico en donde la tecnología, la imaginación, las historias, la interactividad, la vida y la escuela van de la mano a través de múltiples canales. Con usuarios o mejor prosumidores como generadores de contenidos que permitirá una mirada interdisciplinar, que enriquecerá polifónicamente el universo narrativo, en donde las narrativas serán escuchadas, observadas o experimentadas. Es dar voz propia que atesora el sujeto ya que está repleta de

contenido, historias que están necesariamente incrustadas en prácticas narrativas. Espacios de participación activa, que rompen con la linealidad, motivando a la creatividad y aportando nuevos contenidos y experiencias.

Anexos

Anexo A. Matriz del lenguaje televisivo.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN
GRUPO DE INVESTIGACIÓN EDUCACIÓN, COMUNICACIÓN Y CULTURA
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN Y RECEPCIÓN TRANSMEDIA EN TELEVISIÓN EN COLOMBIA 2014 – 2015
MATRIZ DE ANÁLISIS DE LA FICCIÓN TELEVISIVA

NOMBRE DE LA FICCIÓN: CANAL: PRIVADO – ABIERTO FRANJA: PRIME TIME

ASPECTOS TÉCNICOS DE LA REALIZACIÓN DE LA FICCIÓN TELEVISIVA									
FICHA TÉCNICA.									
Casa Productora / Productores	Directores	Gulonistas	Formato Telenovela / Seriado (particularidades)	Totalidad simbólico narrativa (ficción=capacidad de recrear realidad autónomamente)	Número de unidades (capítulos)	Año de realización	Locaciones	Actores principales	Rating

EL LENGUAJE DE LA FICCIÓN TELEVISIVA

Lenguaje compuesto: texto, imagen, música, sonido, otros recursos.	Lo específico de la narrativa audiovisual para contar, recrear, desarrollar una ficción.	Marco espacio temporal del relato.	Estructura narrativa / análisis del componente textual	Desarrollo argumental: inicio – momentos claves – clímax – desenlace (escena o escenas claves tratamiento audiovisual)	Personajes y roles (protagonista rol, antagonista rol, acompañantes roles)	Situaciones relevantes o conflictos

EL DISCURSO DE LA FICCIÓN TELEVISIVA				
Pregunta por el sentido del relato	Principales representaciones sociales (en relación con el mundo cotidiano, las esferas íntima, privada y pública, con lo ideológico, con la problemática social y	Actores sociales	Procesos socioculturales	Lo implícito y lo explícito del discurso (la intencionalidad del relato)

	cultural del país) movilizadas por el relato			

INTERPRETACIÓN CRÍTICA DE LA FICCIÓN TELEVISIVA			
¿Qué tiene que ver esta ficción con la realidad?	¿Qué me dice la ficción?	¿Cómo se relaciona con mi conocimiento del país, de la sociedad, etc.?	Texto crítico comprensivo, con argumentos que permitan sustentar su manera de apreciar la ficción, involucra relacionar la ficción con la realidad.

Anexo B. Matriz de análisis de producción Transmedia.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
 FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN
 GRUPO DE INVESTIGACIÓN EDUCACIÓN, COMUNICACIÓN Y CULTURA
 PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
 ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN Y RECEPCIÓN TRANSMEDIA EN TELEVISIÓN EN COLOMBIA 2014 – 2015
 MATRIZ DE ANÁLISIS DE PRODUCCIÓN Y RECEPCIÓN TRANSMEDIA

NOMBRE DE LA FICCIÓN:

CANAL:

PRIVADO – ABIERTO FRANJA: PRIME TIME

NIVEL 1: PRODUCCIÓN		
Lenguaje Utilizado y Medios Tratados ¿Qué medios o plataformas usa la ficción?	Esquema de diseño de la narrativa ¿Qué tipo de narrativa tiene, es abierta, usa otros medios, permite interacciones?	Procesos de enlace entre los productos y medios. ¿Qué tipos de conexiones existen entre los productos y medios de la ficción?
Herramientas de V.O.D. Y micrositios ¿Qué tipo de micrositio tiene la ficción? ¿Hace uso de VOD y cómo está diseñado?	Ejes conceptuales y significativos de los elementos del transmedia ¿Qué conceptos son centrales para conectar los componentes de la transmedia?	Elementos cardinales de los productos incluidos en el transmedia ¿Cuáles son los elementos más importantes en cada uno de los productos del transmedia?

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
 FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN
 GRUPO DE INVESTIGACIÓN EDUCACIÓN, COMUNICACIÓN Y CULTURA
 PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
 ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN Y RECEPCIÓN TRANSMEDIA EN TELEVISIÓN EN COLOMBIA 2014 – 2015
 MATRIZ DE ANÁLISIS DE PRODUCCIÓN Y RECEPCIÓN TRANSMEDIA

NOMBRE DE LA FICCIÓN: CANAL: *PRIVADO – ABIERTO FRANJA: PRIME TIME*

NIVEL 2: RECEPCIÓN DESDE EL PRODUCTOR		
Nivel de apertura del producto en su narrativa. ¿Qué tan abierta está la narrativa del producto?	Nivel de flexibilidad en la estructura del producto ¿Qué posibilidades de continuación o de reescritura tiene la ficción?	Estrategias de Social Media de la productora. ¿De qué manera usa los medios sociales y las redes el productor?
Uso de tecnologías móviles de la productora. ¿Qué aplicaciones móviles tiene la productora? ¿cómo funcionan?	Grado de apertura del microsite de la producción. ¿Qué tanto se puede interactuar en el micrositio de la ficción?	Nivel de interacción y participación de la audiencia en los sitios web y en redes de la producción ¿Qué tanto participan los usuarios en las redes sociales en el site de la producción?

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
 FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN
 GRUPO DE INVESTIGACIÓN EDUCACIÓN, COMUNICACIÓN Y CULTURA
 PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
 ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN Y RECEPCIÓN TRANSMEDIA EN TELEVISIÓN EN COLOMBIA 2014 – 2015
 MATRIZ DE ANÁLISIS DE PRODUCCIÓN Y RECEPCIÓN TRANSMEDIA

NOMBRE DE LA FICCIÓN:

CANAL:

PRIVADO – ABIERTO FRANJA: PRIME TIME

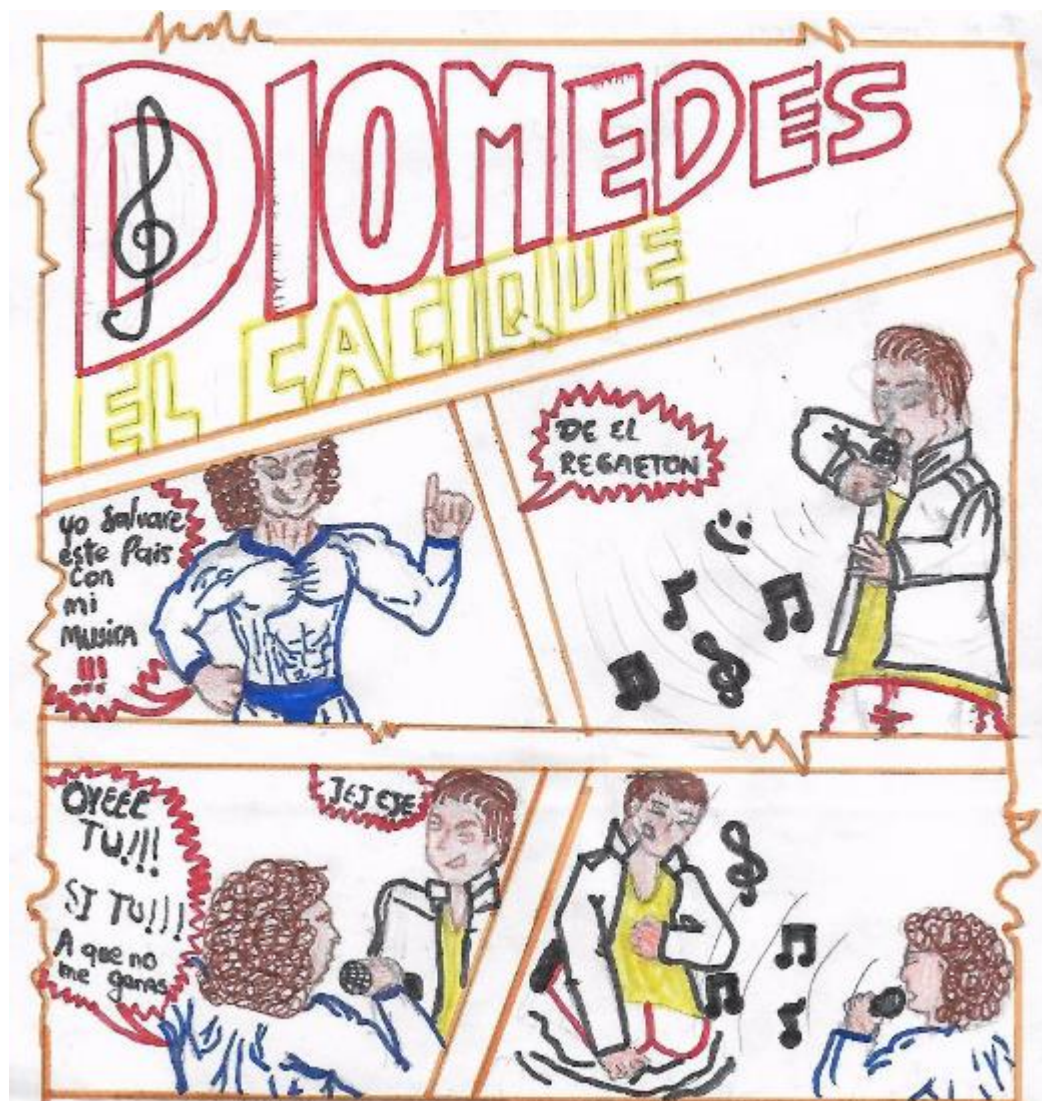
NIVEL 2: RECEPCIÓN DESDE LA AUDIENCIA		
Sitios creados en redes sociales a raíz de la producción ¿Qué sitios han sido creados por usuarios sobre la ficción?	Productos mediáticos creados por la audiencia. ¿Qué productos mediáticos han creado los usuarios a partir de la ficción?	Niveles de participación de la audiencia en sus redes sociales propias. ¿Qué tanto participan los usuarios en las redes creadas por audiencias?
Uso de memes, lemas o ideas surgidos desde la audiencia en otros contextos. ¿Qué tanto se usan las imágenes, memes o ideas de la ficción en otros contextos?	Eventos y movimientos offline impulsados desde las audiencias. ¿Qué eventos masivos u offline se han realizado desde la ficción?	Nivel de participación de las productoras en los sitios diseñados por audiencias. ¿Qué tanto participan las productoras en los sitios creados por usuarios?
¿Qué propuesta tendría para rehacer o expresar una opinión crítica de la ficción televisiva observada?		

Anexo C. Productos de aplicación multimedia.

Memes



Comic



Rap de Diomedes

Enlace: <https://mega.nz/#!hc4R2ZSR>

Bibliografía

Aguilar M. (2009). Pensar lo contemporáneo: de la cultura situada a la convergencia tecnológica. Anthropos; México : Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, División de Ciencias Sociales y Humanidades

Cid. A. “Violencia y pasión: ficción televisiva en las narco series colombianas “Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco[alfredo.cid.jurado@hotmail.com].

Cebrián Herreros, M. (2004). Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con internet. Barcelona: Ediciones Paidós.

Convergència tecnològica i audiovisual. (2009). Barcelona : Consell de l'Audiovisual de Catalunya

França Rocha, M. (2001). La Contribución de las series juveniles de televisión a la formación de la identidad en la adolescencia: análisis del contenido y de la recepción de la serie "Compañeros" (Antena 3). Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

García Aviles, J. (2009) “La comunicación ante la convergencia digital: algunas fortalezas y debilidades”. En: Signo y pensamiento. Bogotá. Vol 28. No. 54. P. 103-113.

Islas, O. (2009). La convergencia cultural a través de la ecología de los medios. México. Edición 33.

Lafaurie Molina, A. (2013). Interactividad en la oferta de contenidos infantiles cross-media para TDT e internet: el caso de Super3 . Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona

Martínez García, L. (2008). La ficción televisiva de TV3 como productora de referentes de identidad cultural catalana: estudio de caso de la sitcom "Plats bruts" . Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. **Tesis doctoral**

Nieves, Mario “La catedral de la imagen: el encuentro del ser con la televisión”. México : Trillas, 2002 Desc. física: 354 p

Orozco Gómez, G. (1999) Lo pedagógico, lo institucional y lo cultural en la educación mediática. En: Tecnologías y comunicación educativas. México. Vol 13. No. 30 Julio-dic. P. 22-37

_____ (2012) Tvmorfosis. La televisión abierta hacia la sociedad de redes. México, Sagahón Repoll

Pardo, H. (2010). *Geekonomía : un radar para producir en el postdigitalismo*. Barcelona: Publicaciones y Ediciones de la Universidad de Barcelona

Pérez, J.M. (1994) *El desafío educativo de la televisión. Para comprender y usar el medio*. Barcelona, Paidós Ibérica S.A.

Quintas, N, & González, A. (2014) *Audiencias activas: participación de la audiencia social en la televisión*. Edición 43.

Quiroz, Teresa.(2012) *¿Es posible hablar de una recepción crítica de televisión Logros y dificultades en la experiencia de recepción crítica con escolares y maestros peruanos*. En *Diálogos de la comunicación*. 62.

Roig, A. (2010). *La participación como bien de consumo: una aproximación conceptual a las formas de implicación de los usuarios en proyectos audiovisuales colaborativos*. *Análisi Quaderns de Comunnicaió i Cultura*, Vol.40 p.p. 101-114.