

OWNK
OWNK

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN CREACIÓN

“OINK POR OINK - SERIE WEB DE HUMOR DE ACTUALIDAD COLOMBIANA”

ESTUDIANTE: GABRIEL JERÓNIMO OLARTE LÓPEZ



**UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA
1803
FACULTAD DE
COMUNICACIONES**

COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIAL

FACULTAD DE COMUNICACIONES

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

MEDELLÍN

2020

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN CREACIÓN

“OINK POR OINK - SERIE WEB DE HUMOR DE ACTUALIDAD COLOMBIANA”

PROYECTO II

ESTUDIANTE: GABRIEL JERÓNIMO OLARTE LÓPEZ



**UNIVERSIDAD
DE ANTIOQUIA
1803
FACULTAD DE
COMUNICACIONES**

ASESOR TEMÁTICO: ANDRÉS CORREA

ASESOR METODOLÓGICO: NICOLÁS MEJÍA

COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIAL

FACULTAD DE COMUNICACIONES

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

MEDELLÍN

2020

Dedicado a:

*Miguel Guaitarilla Burbano (QEPD),
por enseñarme que el amor no es
la mejor forma de cambiar al mundo,
es la única.*

Agradecimientos a:

*Daniel y Patricia, mis padres, artistas mal ejempleros,
Galileo, mi hermano, cómplice inmemorial,
Pazos, Migue y Carlos, amigos de un primer impulso,
Andrés, el profe de una enseñanza cálida y humana.*

*Este proyecto recibió dineros del “Fondo para Apoyar los
Trabajos de Grado de Pregrado”, financiado por la Facultad
de Comunicaciones y por el Comité para el Desarrollo
de la Investigación de la Universidad de Antioquia.*

1. Ficha técnica	_____	7
2. Resumen / Abstract	_____	9
3. Introducción	_____	10
4. Objetivo general	_____	11
5. Objetivos específicos	_____	11
6. Planteamiento del problema y pregunta de investigación	_____	11
7. Justificación	_____	16
8. Estado del arte	_____	20
9. Marco teórico	_____	28
9.1 Elementos audiovisuales comunicativos	_____	29
9.2 Discurso	_____	33
9.3 Humor de actualidad	_____	35
9.4 Series web	_____	38
10. Metodología	_____	40
11. Aplicación metodológica	_____	48
12. Hallazgos	_____	61
13. Productos	_____	75
13.1 Pastel para una serie web de humor de actualidad	_____	75
13.2 Cuestionario para análisis de literatura científica	_____	100
13.3 Ejercicios de aproximación al género y formato	_____	120
13.4 Ensayos audiovisuales pre rodaje	_____	120
13.5 Contenidos menores	_____	120

13.6 Cuarentellings	120
13.7 Enlaces a plataformas digitales	120
13.8 Biblia de producción	121
13.8.1 Descripción	123
13.8.2 Diseño narrativo	125
13.8.3 Diseño de producción	144
13.8.4 Ecosistema de medios	145
13.8.5 Propuesta estética de producción	149
13.8.6 Proyección del proyecto	163
13.8.7 Perfil del público objetivo	164
13.8.8 Guiones	167
13.8.9 Créditos	202
14. Memorias	203
15. Conclusiones	221
16. Referencias y Bibliografía	224
17. Anexos	230

1. Ficha técnica (primera versión)

Nombre del estudiante	Gabriel Jerónimo Olarte López
Título del proyecto	Oink por Oink - serie web de humor de actualidad colombiana
Tema	La comunicación audiovisual en los contenidos web
Productos esperados	<ul style="list-style-type: none"> - Dos capítulos de la primera temporada - Teaser promocional, - Biblia de producción - Pastel para una serie web de humor de actualidad
Rol dentro del proyecto	Realizador y actor
Equipo de trabajo	Realizador Producción y asistencia Guion e investigación Director de fotografía y operador de cámara Diseñador sonoro y registro sonoro Director de arte Montajista Diseñador gráfico Actores y actrices
Género	Humor de actualidad
Formato	Serie web
Duración	8 minutos
Sinopsis Corta	Oink por Oink es una serie web que a través del humor de actualidad, busca generar una conciencia crítica en el espectador sobre las diversas situaciones que pasan hoy por hoy en Colombia. Su presentador Lolo, junto con el resto del elenco, buscan presentar una alternativa comunicacional que divierta al mismo tiempo que invite a la reflexión.

Ficha técnica (segunda versión)

Nombre del estudiante	Gabriel Jerónimo Olarte López
Título del proyecto	Oink por Oink serie web de humor de actualidad colombiana
Tema	La comunicación audiovisual en las contenidos web
Productos esperados	<ul style="list-style-type: none"> - Dos capítulos “Cuarentellings” - Dos “Contenidos menores” - Primera versión de Biblia de producción - Pastel para una serie web de humor de actualidad
Rol dentro del proyecto	Realizador y actor
Equipo de trabajo	Realizador Producción y asistencia Guion e investigación Director de fotografía y operador de cámara Diseñador sonoro y registro sonoro Director de arte Montajista Equipo de diseño gráfico Actores y actrices
Género	Humor de actualidad
Formato	Serie web
Duración de contenidos audiovisuales	4 minutos Cuarentellings 1 minuto contenidos menores
Sinopsis Corta	Oink por Oink es una serie web que a través del humor de actualidad, busca generar una conciencia crítica en el espectador sobre las diversas situaciones que pasan hoy por hoy en Colombia. Su presentador Lolo, junto con el resto del elenco, buscan presentar una alternativa comunicacional que divierta al mismo tiempo que invite a la reflexión.

2. Resumen

Oink por Oink es un proyecto de investigación creación audiovisual, en el que se busca conceptualizar una serie web de humor de actualidad colombiana y producir dos de sus capítulos, dentro del marco académico establecido por los cursos de trabajo de grado I y II, del pregrado de Comunicación Audiovisual y Multimedial de la Universidad de Antioquia. En medio de este ejercicio creativo, Oink por Oink se pregunta por los elementos audiovisuales comunicativos, connotativos y denotativos, que son propios de las narraciones en entornos web, para que a partir de la reflexión sobre ellos, edificar una propia propuesta narrativa.

Palabras clave:

Humor de Actualidad, Política Colombiana, Serie Web, Lenguaje Audiovisual, Comunicación Audiovisual, *millennials*, *centennials*.

Abstract

Oink by Oink is an audiovisual creation research project, which seeks to conceptualize a current Colombian humor web series and produce two of its chapters, within the academic framework established by the undergraduate degree I and II work courses of Audiovisual and Multimedia Communication of the University of Antioquia. In the midst of this creative exercise, Oink por Oink asks about the communicative, connotative and denotative audiovisual elements, which are typical of narrations in web environments, so that from reflection on them, build an own narrative proposal.

Key words:

Currently humor, Colombian Politics, Webserie, Audiovisual language , Audiovisual communication, *millennials*, *centennials*.

3. Introducción

Oink por Oink es la serie web de humor de actualidad colombiana que presento como mi trabajo de grado para optar por el título de Comunicador Audiovisual y Multimedia de la Universidad de Antioquia. Nace como un *spin-off*¹ de la serie de televisión transmedia *Todos somos Lolo*, que fue mi propuesta de proyecto para el quinto módulo del mismo pregrado en el semestre 2017-2, la cual también tuve la oportunidad de dirigir. En dicho semestre, Oink por Oink era un metarrelato inmerso dentro de la historia de Todos somos Lolo.

Las principales diferencias que tiene Oink por Oink respecto a Todos somos Lolo, es que en primera medida, se aleja de una narración bajo un hilo argumental por temporada, y propone capítulos con temáticas autónomas que son conducidos por los mismos personajes de cuando era un metarrelato, en especial su protagonista Lolo. Ahora la serie toma como insumo la realidad colombiana que todos vivimos cotidianamente, asumiendo un rol activo y propositivo. De ahí el nombre de la serie, que hace alusión a los problemas que actualmente atraviesa Colombia, que pueden llegar a ser una “porquería”, pero a través del humor no sólo se hace más llevadero el problema sino que genera un ambiente prolífico para la generación de soluciones. Por otra parte, Oink por Oink plantea una investigación articulada al componente creativo, que se pregunta por los elementos audiovisuales comunicativos connotativos y denotativos de las series web, y los lleva a la creación de contenidos audiovisuales propios que se hayan nutrido de la mencionada investigación.

El contenido del presente informe final corresponde al resultado del proceso de investigación creación adelantado en los semestres académicos 2019-1 y 2019-2², correspondiendo a las actividades planteadas dentro de los cursos de proyecto I y II de trabajo de grado. Estas actividades se resumen en la investigación, conceptualización de una metodología de trabajo, ejecución de la metodología, resaltando en ella la creación de contenidos audiovisuales propios y por último la socialización pública de los resultados obtenidos en el proyecto “Oink por Oink, serie web de humor de actualidad”.

¹ Es una narración derivada a partir de un elemento principal o destacable de un producto ya preexistente.

² Semestres académicos ubicados irregularmente entre los años 2019 y 2020.

4. Objetivo general

Identificar los elementos audiovisuales comunicativos presentes en las series web: *Hola soy Danny*, *Peter Capussoto y sus videos*, y *Peter Coffin*, que se relacionan con la construcción de la biblia de producción y de los capítulos de la serie web de humor y actualidad colombiana Oink por Oink.

5. Objetivos específicos

1. Identificar los elementos audiovisuales narrativos del corpus de series web para construir el universo narrativo, guiones y caracterización de los personajes de Oink por Oink.
2. Señalar los elementos de lenguaje audiovisual del corpus de series web para consolidar los criterios de puesta en escena con los que se rodarán los capítulos de Oink por Oink.
3. Caracterizar los elementos audiovisuales de montaje del corpus de series web para orientar la postproducción de los capítulos de Oink por Oink.

6. Planteamiento del problema

Desde que la humanidad conoció la imagen en movimiento ha sido testigo directo de su evolución, tanto en sus adelantos tecnológicos como en la constante reescritura de su lenguaje y significados. Esto porque desde el último siglo no se puede hablar de la evolución de la humanidad sin pensar en la evolución de la imagen en movimiento articulada a ella. Sucesos como la aparición del sonido y el color en el cine, o luego la televisión, dan fe de ello. La aparición de los contenidos audiovisuales web, surgen como una ramificación de la producción televisiva, que encontró en este entorno en apogeo grandes posibilidades en el ámbito industrial, creativo y de interacción con el público, quien ahora asume un rol de usuario.

Cierto es que los ecosistemas televisivo y digital conversan entre sí, se retroalimentan, pero se comportan de manera distinta. La web 2.0, también llamada la web social, posibilitó la interacción de un público con la información, propiciando un fenómeno de convergencia mediática, término acuñado por Jenkins (2006) que lo define como el flujo de contenidos entre distintas plataformas que dialogan entre sí, y junto a ellas sus audiencias. Esto es una evidencia

de la metamorfosis de contenidos que permitió la evolución de los medios. Otros autores como Carlos Scolari, se refieren a los contenidos web como una híper televisión.

Es una televisión más compleja, con muchas tramas narrativas, pantallas fragmentadas y ritmo acelerado. Una televisión que, en definitiva, imita la dinámica de los medios digitales interactivos. Yo la he bautizado como híper televisión. Es la televisión que simula ser lo que no es: un medio interactivo (Scolari. 2013.)

Según la RAE (2005), el prefijo “híper” denota superioridad o exceso, por tanto estamos hablando de una narrativa que por su naturaleza se expandió de los cánones establecidos. La naturaleza comunicativa de las narrativas web, especialmente las series, se estudia mejor partiendo de un diálogo constante y proactivo entre productores de contenido y su público; inclusive esta misma distinción tradicional entre emisor y receptor también llegará a tornarse difusa con el tiempo.

A pesar de tener un nuevo paradigma comunicativo, aún hay una tendencia clara a leer el contenido de las series web según los parámetros heredados de la televisión tradicional. “La producción de ficción para la red aún presenta muchas características heredadas del medio televisivo, algo que a base de estudios sobre el tipo de usuario que visiona webseries, sus hábitos, sus preferencias y/o sus gustos debería ir adquiriendo sus propios rasgos definitorios”(Morales y Hernández,2012,pág.147.). Si bien no se trata de negar el papel de la TV como un antecesor, el contenido web debe ser estudiado bajo sus propios criterios, y de igual manera, los hábitos de consumo que los usuarios desarrollan frente a él.

En el informe *Digital 2019*, a cargo de Hootsuite³, se recoge información esencial sobre cómo las persona alrededor del mundo utilizan internet, dispositivos móviles, medios sociales y comercio electrónico. En Colombia hay 49,66 millones de habitantes, de los cuales hay 34 millones que son usuarios en redes sociales (un 68% de penetración), y 31 millones que son usuarios de redes sociales desde la telefonía inteligente (un 62% de penetración). De los usuarios de internet, el 96% usan YouTube principalmente para escuchar música, y luego ver videos. Los colombianos gastan un promedio de 3 horas y 12 minutos al día consumiendo contenido

³ HootSuite es una plataforma web y móvil para gestionar redes sociales por parte de personas u organizaciones. Se caracteriza por sus informes avanzados con integración de Google Analytics y Facebook Insights.

audiovisual, y es un dato curioso que los contenidos web, especialmente contenido de YouTube no ocupa un horario rígido. El contenido es consumido dentro de los espacios libres y tiempos de espera. Es un contenido que al no tener un espacio fijo en el cotidiano, puede ser consumido en cualquier momento del día.

Esta serie de mediciones confirma que los colombianos no asumen un rol pasivo frente a la revolución 4.0, caracterizada por una profunda articulación a la vida diaria de una interconexión masiva de dispositivos digitales. Si el ser humano es un animal social por naturaleza, esto se contextualiza sin perder vigencia dentro de la red.

Una característica de la web social es la interacción, una suerte de familiaridad entre los contenidos y las personas que los consumen, en ocasiones resultando en que la narrativa continúa ahora en la producción desde el usuario en un acto reflejo mediático. Los primeros pasos de una cultura prosumidora⁴, se ven reflejados en la aparición de los fenómenos de los *youtubers*, los *bloggers*, los *influencers*, todas personalidades productoras de su propio contenido. Sumado a esto, los creadores de memes específicos para la internet, que evolucionan de manera vertiginosa en cuestión de meses. Todo se consolida en una tendencia creadora que hasta ahora tiene vigencia, marcando sus patrones de contenidos y narrativas de moda. Esta emergencia de la industria audiovisual en la web, crece más rápido de lo que se puede detenerse a reflexionar o a teorizar sobre ella. El llamado es a crear, tratar de destacar diferenciándose del resto, desarrollar un público y no desatenderlo, mediante la producción constante de contenido. El entorno digital es más fácil entender cuando se hace parte de sus dinámicas.

Dentro de este fenómeno de creación de contenido audiovisual web, aparece el primer tópico por problematizar, y es que aún es necesario reflexionar sobre su naturaleza audiovisual per sé, que son sus rasgos diferenciadores, sus elementos audiovisuales comunicativos como lo son: el guion, la puesta en escena, la escenografía, la propuesta fotográfica, el diseño sonoro, el ritmo de su montaje, entre otros; si lo que se busca es crear una forma audiovisual que se sostenga por su propio peso. Un rasgo común en la mayoría de series web, es que sea cual sea su temática o tratamiento, el ‘no dejar de entretener’ debe ser una premisa paralela a cualquier planteamiento. Para lograrlo hay muchos recursos entre los que se destaca un tono cómico para

⁴ Es un acrónimo que procede de la fusión de las palabras productor y consumidor. El concepto fue anticipado por McLuhan y Nevitt, quienes afirmaron que la tecnología electrónica permitiría al consumidor asumir simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos.

decir las cosas, el humor en sí mismo como lenguaje universal y didáctico que llama a la interactividad.

El papel del humor dentro de la comunicación ha tenido relevancia como generador de empatía, dinamismo, generador de soluciones e inclusive tener un sentido, o bien un contrasentido, transgresor, envuelto en una investidura que lo hace tan liviano como un chiste, pero tan agudo como una crítica. “A través de la historia el humor ha transgredido las instituciones, siempre aparece, el factor diferenciador de lo instituido con lo improvisado, de la autoridad con la ironía, de la improvisación con la risa” (Bajtín.1974). La risa se ha articulado como un lenguaje universal, en donde juega con los sentidos de las cosas, y produce entendimiento y empatía en las zonas en las que un lenguaje convencional generaría fricción, sobre todo cuando el tema del debate son las figuras de autoridad.

“Mientras aparecía “la figura imponente del rey salía de algún lugar la silueta bromista y desafiante del bufón, en lugar del héroe fundador corre en escena un atractivo tan poderoso como aquel y en lugar del dios protector se aparece su heredero más díscolo. Todos ellos han invertido la retórica habitual del poder, improvisan un mensaje transgresor, la verdad escapa corrosivamente por la boca del bufón. (Bajtín.1974)

El humor no sólo era el idioma que le permitía al bufón hacer que su mensaje llegue a todos en el pueblo, sino que también evitaba que el rey le cortara la cabeza como si lo hubiese hecho con cualquier cortesano que le hablase de verdades incómodas, pero verdades en todo caso. Algunos teóricos como Javier Galán (2014) concibe en los medios de comunicación un cuarto poder, que debe estar en la capacidad de incidir en los otros tres, enfrentarlos y cuestionarlos. Cuando el humor se cuestiona por el poder y la sociedad, con ánimos de reflexión y transformación, adquiere la valoración que puede calar inclusive en un género autónomo, el humor político, también como un mecanismo de contrapoder. “El humor es la válvula de escape contra la que el poder establecido se siente impotente, pues es generado desde los propios errores de los actores y de sus ridiculeces, entonces son un reflejo de lo humano” (Ullóa, 2008, p.72.). En el fondo eso hace el humor, devolver a un plano humano cualquier institución.

Volviendo en materia a la comunicación, según el modelo de Stuart Hall (1973), la comunicación no se puede reducir a un emisor y un receptor, sino que es más acertado hablar de un codificador y decodificador, y ambos procesos están inmersos en un punto de enunciación

con una intencionalidad, y requieren de un bagaje cultural y epistemológico para llevarse a cabo. El humor tiene la facultad de la masividad, y es incluyente con las herramientas de decodificación en un público para que este reflexione en el caso del humor político.

Si hay una realidad que hay que analizar críticamente, con ojo reflexivo y propositivo, es la colombiana. La corrupción, la violencia, la inequidad y el poco acceso a la educación son el pan de cada día en este país, llegando incluso a una normalización de los fenómenos. El humor puede ser la vía para estimular la conciencia crítica sobre la política y sociedad, siendo un humor político o de actualidad. Al primero se lo relaciona popularmente con asuntos gubernamentales, mientras que el segundo amplía su espectro a otros temas que junto con la política, configuran nuestro entorno: la salud, el entretenimiento, el género, la tecnología, entre muchos otros. Si bien hay varios referentes en cuanto al humor y sátira política, el humor de actualidad aún sigue siendo muy poco tratado.

El humor político en el audiovisual web ha sido un género mayormente abordado por el periodismo, bajo rasgos informativos que miran al audiovisual como aliado, pero aún no es frecuente considerarlo como parte esencial del mensaje. La comunicación audiovisual es quien debería tomar parte en la reflexión en torno al lenguaje audiovisual de las series web de humor político y de actualidad, como un síntoma de compromiso social en la generación de un contenido transformador, que diste de la prensa rosa, la farándula política, o entretenimiento web superficial sin reflexiones sociopolíticas de fondo. Aquí aparece el segundo tópico a problematizar, que es también una evolución del primero. Aún falta mucha reflexión en torno a los elementos audiovisuales comunicativos de las series web de humor político y de actualidad.

Es necesario revisar la falta de propuestas audiovisuales de humor de actualidad en Colombia que trasciendan la línea periodística, y dentro de las series web disponibles que incursionan en este género, entender su propuesta audiovisual a partir de sus elementos constitutivos. Para ello se propone un corpus de 3 series web de humor de actualidad, entre series nacionales e internacionales, partiendo de que entender su naturaleza audiovisual, es entender el vehículo que usan para incidir en la conciencia crítica de su entorno. El entendimiento de dicha naturaleza audiovisual propia de la web, da a nuevas propuestas como Oink por Oink la posibilidad de plantear su propio discurso y participar dentro de estos entornos digitales como un agente social activo. Para esto es pertinente plantearse la pregunta:

¿Cuáles son los elementos audiovisuales comunicativos más representativos de las series web, que son idóneos para orientar la conceptualización de Oink por Oink, y la preproducción, la producción y la post producción de los productos audiovisuales de esta serie web de humor de actualidad colombiana?

7. Justificación

Es menester leer la comunicación en clave de su contexto histórico y espacio temporal, donde las narrativas tradicionales a veces pueden ser insuficientes, e inclusive caprichosas ante un panorama en el que paulatinamente deben compartir, acaso ceder, su protagonismo, más aún cuando el público objetivo a quien se dirige tiene un sello generacional de consumo de contenidos, destacándose los de YouTube. “En los últimos años, YouTube ha ganado en la parte social, dando mayor importancia a la interacción y el sentimiento de comunidad” (López,2019.).

El mencionado sentimiento de comunidad también se manifiesta como un sentimiento de identidad, cosa que responde a rasgos generacionales que sirven para ubicar un patrón de actitudes y pensamientos en la línea de tiempo de la modernidad. Oink por Oink le habla a la juventud comprendida entre un espectro que va desde los centennials⁵ prioritariamente, hasta los millennials⁶. Si bien existen diferencias suficientes para ubicarlos en categorías generacionales distintas, un común denominador para ambos grupos es su familiaridad hacia la tecnología, que a su vez posibilita acceso a la información.

“La generación Y fue la que vivió de primera mano la transformación tecnológica desde los años 80`s y 90`s que se dio de forma acelerada y que tuvo un cambio paradigmático con el nacimiento de la internet, por ello, la generación Z , nacida en los albores de la internet, son quienes interactúan de primera mano con dicha tecnología y la apropian a su diario vivir, por tal motivo, ambas generaciones tienen un salto epistémico de la significación de la internet en sus vidas.” (Yepez.2018.)

⁵ También llamada generación Z o posmilénica. En Colombia corresponde a la generación nacida entre la última mitad de los años 90`s y finales de la primera década del siglo XXI. (Sierra y Yépez. 2018)

⁶ También conocido como generación Y o milénica. En Colombia corresponde a la generación nacida entre inicios de la década de los 80s y la primera mitad de la década de los 90`s. (Sierra y Yépez. 2018)

En los centennials y los millennials residen las ideológicas que trazaran el norte de la sociedad en las próximas décadas. Ellos conciben el mundo más perceptivamente, muchos bajo la idea de aldea global, que según McLuhan (1989) es un espacio donde las conexiones mediáticas existentes posibilitan un flujo de información globalizado, inmediato y/o omnipresente. “McLuhan sostiene que el desarrollo de esta aldea global modificó al ser humano en su esencia, ya que alteró desde su manera de comunicarse hasta la organización social” (Pérez y Merino, 2017). Bajo el concepto de aldea global, no es descabellado el sentido de pertenencia que alguien pueda llegar a sentir hacia problemáticas lejanas del espacio en el que habita, y en ese orden de ideas, la incidencia que tiene el accionar de un individuo frente a ellas.

Las plataformas digitales son el escenario que democratizó el ejercicio de opinar, dotando a cualquier persona con la posibilidad de manifestarse frente a las distintas situaciones de su entorno, y en ese sentido, pronunciarse ante los distintos fenómenos de disfunción social y política. Es aquí donde aparece el fenómeno de activismo digital, en el que como creador busco involucrarme a través de la serie Oink por Oink. La plataforma YouTube posibilita este accionar al ser el sitio web de vídeos más popular en el mundo. YouTube es un recurso simbólico, a partir del cual la cultura se construye, reproduce, transforma e interpreta.(Pardo.2012.pág.89, como se citó en Heredia,2016).

YouTube influyó en la manera en cómo los jóvenes consumen contenido audiovisual, el cual debe ser de fácil digestión, sinóptico, de un mensaje con el que se puedan identificar o desidentificar fácilmente dentro de la enorme saturación de información que circula en la red en cada segundo, esto como algunas de las características que definen la modernidad líquida.

El sociólogo polaco Zygmunt Bauman, describe a la sociedad contemporánea bajo este término como una contraposición al término de sociedad sólida con el que él se refería a su predecesora. “La modernidad líquida y consumista donde todo, incluso el individuo, es algo flexible y susceptible de adoptar el molde político o social que lo contiene, en lugar de sus generaciones anteriores donde valores y dogmas eran algo sólido” (Bauman.2000). Se podría aplicar una lectura filosófica o sociológica de este panorama, no obstante en el campo industrial, estas dinámicas de consumo se convierten en un manual de bolsillo para pensar la producción de contenido audiovisual en congruencia con el momento histórico y público al que buscan abordar.

El aporte de Oink por Oink radica también en el entendimiento de su contexto nacional, y en su traducción en un contenido coherente con su target⁷. Primeramente, haciendo una indagación sobre cuál es el contenido audiovisual que se consume, y según qué características audiovisuales y discursivas, lo que lo conlleva en segunda instancia a una reflexión profunda sobre el lenguaje audiovisual que constituye este tipo de contenido, para llegar a una proposición de elementos audiovisuales comunicativos unificados en un sólo discurso.

El ejercicio de reflexión en torno a una conciencia crítica sociocultural, puede sonar de por sí complejo e inclusive agotador, sin perder por esto la enorme necesidad que tiene la población colombiana de practicarlo. Es aquí donde Oink por Oink busca aportar un contenido pertinente bajo un lenguaje y formato más familiar, buscando incluir a un público necesario a partir de un mensaje más certero.

Los hábitos de consumo de contenido audiovisual de los colombianos van cada vez más cercanos a las nuevas tecnologías. Según Nielsen⁸ (2015), 1 de cada 2 consumidores de contenido audiovisual, lo hace frecuentemente a través de la web, usando sus dispositivos electrónicos. El director de Nielsen para Colombia, Pedro Manosalva (2015) afirma que “Lo más interesante que está ocurriendo es el impacto que sobre estos también están teniendo las redes sociales. El poder se desplaza del proveedor de contenidos a las personas, que son quienes hoy en día interactúan con los contenidos a través de las redes”. Lo que dice Manosalva confirma el potencial que tiene el espectador en influir en la producción de contenidos, pues ya sería un error evidente seguir considerándolo un consumidor pasivo de contenidos.

Continuando con Nielsen, uno de sus artículos titulados: Dispositivos y géneros favoritos de los colombianos a la hora de ver contenido de video (2015), argumenta que el dispositivo predilecto para consumir contenido audiovisual sigue siendo el televisor. No obstante, los dispositivos móviles y los computadores personales no se quedan atrás, pues además de que su uso sigue creciendo paulatinamente, tienen la ventaja de que a través de ellos se puede acceder al contenido producido por la televisión dentro del fenómeno de convergencia mediática, cosa que la televisión no puede hacer con el contenido exclusivo de la web. El género más consumido por

⁷ Anglicismo para designar al destinatario ideal de una determinada campaña, producto o servicio. (Wikipedia.Sf)

⁸ The Nielsen Company es una empresa de información y medios a nivel global, y es una de las fuentes líderes en información de mercado, información de medios de comunicación y audiencias de televisión, información on-line, aparatos móviles, publicaciones de negocios y entretenimiento. (Wikipedia.sf)

los colombianos, junto con los noticieros y los eventos deportivos, es la comedia, bien sea en películas, cortos, documentales, series. La comedia se puede situar como un lenguaje más incluyente, al apelar a la risa como una emoción elemental de todos los seres humanos.

Cuando hablo de la comedia como un lenguaje más familiar, pienso en el humor, la sátira, la parodia, un lenguaje masivo y generoso en medida en que forma, informa y entretiene. Oink por Oink propone un entendimiento de la realidad a través del chiste; lo que hace que la reflexión sobre la realidad colombiana no sea una actividad abrumadora, pues factores como la violencia, la crisis de la educación, la corrupción y la inequidad, son conceptos inexorables para comprender el presente de nuestro país. Si bien ya ha habido programas que recurren a la sátira política como recurso para la transformación social, el aporte de Oink por Oink está en expandir la temática al incursionar en el humor de actualidad.

El humor que habita contemporáneamente en los ecosistemas digitales, tiene tintes muy específicos. “El uso del humor en las redes sociales sirve de herramienta para promover cambios positivos en la sociedad y mejorar la convivencia entre las personas” (EFE.2017). Esto representa un abanico de posibilidades para Oink por Oink, en donde se destacan los memes, los videomemes, las referencias, las parodias, las *fake news*, el humor negro, entre otros recursos contemporáneos.

En la academia y demás procesos de formación universitarios, el cine aún tiene un estatus privilegiado como un medio de narración audiovisual hegemónico. Incluso se habla de una estigmatización hacia la creación de algunos contenidos audiovisuales web dentro de la industria, tachándolos de básicos o facilistas, como si se tratara de un elitismo audiovisual.

En parte por la naturaleza del surgimiento de los *videobloggers*, como una reacción de los usuarios ante su oportunidad de participar de la conversación mediática por sus propios medios, sirviéndose de conocimientos empíricos o de la repetición de un patrón que ellos mismos consumen. La producción amateur de contenidos es una parte innegable de las nuevas dinámicas de este medio, y es un despropósito establecer juicios de valor. Cada medio explora sus propias formas de producción, y está en el ingenio de la academia saber leer los contextos contemporáneos con audacia, interpretarlos, problematizarlos, reflexionar en torno a las posibilidades que brindan las narrativas web y acoger propositivamente los cambios que esta micro revolución ha ido gestando en el universo de la comunicación mediática. El FIS-MED⁹ es

⁹ El FIS-MED es el festival internacional de series web de la ciudad de Medellín, Colombia.

un espacio universitario en el que se apuesta por las series web, y se premian según el lenguaje que ellas mismas han escrito. El festival concibe en las series web un fenómeno que puede ampliar el campo laboral en la industria, la investigación creación y la formación de un nuevo público.

Como una pequeña nota de realizador, no sobra exponer una motivación personal que justifica la realización de este proyecto. Asumir un rol activo en la construcción de tejido social, educación, democratización y divulgación del conocimiento hablando directamente a las juventudes dentro de las cuales aún me veo inscrito. Bien lo dijo Jaime Garzón en una conferencia en la Universidad Autónoma de Occidente en 1997, inmortalizando lo que para muchos es un manifiesto llamando a la acción: “Si ustedes los jóvenes no asumen la dirección de su propio país, nadie va a venir a salvárselos, nadie”.

8. Estado del arte

Oink por Oink es una serie que cuestiona constantemente su entorno, no solo en sentido político y social, sino también mediático. McLuhan (1964) dijo que “el medio es el mensaje”, afirmación con completa pertinencia, pues entender las características del medio es saber cómo este incide en el mensaje, influyendo directamente en el acto comunicativo. El “qué digo” va estrechamente relacionado con el “cómo lo digo”, lo que genera una unidad de sentido inquebrantable. Oink por Oink explora los elementos audiovisuales comunicativos, connotativos y denotativos, de las series web de humor de actualidad y cómo se relacionan entre ellos, para así poder constituir su propia propuesta en un discurso audiovisual unificado.

Este estado del arte identifica antecedentes teóricos y creativos, en una búsqueda que empieza en un contexto internacional, analizando cómo las tendencias globales, algunas con mayor antigüedad, van encontrando su especificidad en el panorama local. El recorrido parte de un ámbito global, seguido por el latinoamericano, luego en Colombia, Antioquia y Medellín, y por último en el pregrado de Comunicación Audiovisual y Multimedial de la Universidad de Antioquia.

El estadounidense Lev Manovich plantea en su libro *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación* (2006) que la comprensión popular de los nuevos medios está relacionada con la distribución y exhibición con que se identifica al uso de las computadoras (Manovich, 2006.).

Esto indica que la revolución informática se vuelve por sí misma mediática, y está innegablemente presente en nuestra vida cotidiana dentro de nuestros hábitos de consumo de contenidos digitales. También permea las nuevas narrativas, pues así lo indican los españoles Fernando Morales Morante y Paula Hernández en su artículo *La webserie: convergencias y divergencias de un formato emergente de la narrativa en Red (2012)*, en donde se indagan tanto por las dinámicas narrativas, y dentro de ellas, los rasgos audiovisuales propios de entornos web. La conclusión que arroja el artículo es que la producción de audiovisuales para la red aún presenta muchas características heredadas del medio televisivo, todavía siendo este el punto de referencia para analizar los contenidos web.

Esto en sintonía con la idea de que la web y lo digital han trazado un nuevo paradigma comunicativo que se reescribe cada día, y se distancia paulatinamente de la televisión, Oink por Oink busca ser parte de esta nueva tendencia. Desde una perspectiva local, ser el reflejo de una nueva manera de comunicar y narrar a nivel mundial.

El humor es un constructo social propio de cada espacio social, por lo que podemos afirmar que pueden existir tipos y contextos humorísticos como hay países en el mundo, e inclusive más, pues las diferencias culturales al interior de cada país también representan aún más matices. Por otra parte, YouTube es una plataforma difundida en casi todos los países del mundo. Dentro de este rastreo que puede arrojar infinitas posibilidades en cuanto a productos que hablen de lenguaje audiovisual en la web, o el humor de actualidad; destaco al estadounidense Peter Coffin, con su canal de YouTube homónimo *Peter Coffin (2006)*, quien arroja luces en ambos ámbitos. Este videoblogger crea contenido de humor de actualidad, con sátira y una aguda crítica hacia su país, especialmente al gobierno del presidente Trump.

Coffin crea su propio sello de humor, con manejo de juegos de palabras y doble sentidos, animaciones y parodias, que si bien es muy distinto al colombiano, es importante analizarlo para Oink por Oink situándose dentro de su propio contexto, el cual reorientaría el lenguaje y elementos audiovisuales de los que él dispone. Es importante mencionar que este tipo de contenido web dista un poco al de los creadores latinoamericanos, quienes tienen más rasgos comunes entre sí, en cuanto a narrativa, lenguaje audiovisual, e inclusive el tipo de humor que se maneja; pues nuestra condición hispanoparlante acerca más a los usuarios de toda Latinoamérica.

Dentro del contexto latinoamericano, el artículo *Arma del contrapoder: humor político y medios (2008)* de la revista latinoamericana de comunicación “Chasqui”, se hace un análisis del

papel, características de género y las posibilidades del humor en el periodismo respecto al mapa político de un país. Como un dispositivo que ejerce un contrapoder, plantea en el humor una válvula de escape ante la cara ortodoxa y protocolaria de la política.

“Debido a una suerte de interdependencia que nos es fácil de irrumpir, los medios se nutren de la vida política como escenario primordial de la información diaria y el poder político se vale de los medios para que sus representantes sean visibles, lleguen a las masas y sepan entrar en los hogares sin dificultad las 24 horas del día”
(Ulloa,2008,pág.73.).

La simbiosis entre política y medios, hace en el humor un puente, que facilita la decodificación del mensaje por parte de un público masivo. Por otra parte, el artículo advierte de los peligros de practicar el humor político, más allá de las amenazas y señalamientos, la posibilidad de caer en una farándula política al no ser lo suficientemente ingeniosos con los chistes, o dejar que se desgasten. Concluye recalcando la vital importancia del humor dentro de los escenarios políticos, para tomar distancia de las situaciones, bajar la tensión y no dejar que evolucione en confrontaciones personales que desvinculan su objetividad.

El aporte a Oink por Oink está en el entendimiento del humor político en un inicio como un género del periodismo, que será el enfoque investigativo necesario para contemplar la realidad nacional, materia prima para la construcción de los guiones de la serie web que más adelante incursionarán en materia audiovisual narrativa. Otro punto importante del estudio radica en comprender que el humor político y de actualidad es propio de la construcción cultural de cada país y sus habitantes. Si bien son distintos los contextos abordados en cada país, los recursos comunicativos para criticarlos con humor pueden tener un común denominador.

En Argentina se destaca al humorista Diego Capussoto, quien dentro del fenómeno de la convergencia de medios, migró desde la televisión a plataformas web, adaptando no sólo su contenido sino también los elementos audiovisuales para transmitirlo. En su canal de YouTube *Peter Capussoto y sus videos (2010)*, que se llama igual que su programa de televisión, hace humor de actualidad criticando la sociedad, la política, los actuales hábitos de consumo de medios, y también la idiosincrasia argentina. Diego construyó su propio sello de humor al combinar la comedia ácida, el humor negro, la música y la parodia, todo integrando dentro de su

propia propuesta audiovisual discursiva. De manera similar, Oink por Oink busca eso, constituir una propuesta original cuyo humor sea un sello característico, que si bien responde a un contexto colombiano, se puede readaptar a cualquier otro según las características de cada contexto.

Dentro del panorama nacional, es pertinente hacer una pequeña retrospectiva sobre cómo la sátira y el humor, se han usado como canal para la crítica, la protesta, o simplemente como un ejercicio alternativo de la opinión. Eduardo Caballero Calderón, más conocido bajo su pseudónimo Klim, fue uno de los periodistas más reconocidos en la segunda mitad del siglo XX. Destacó por su ingenioso sentido del humor con el que criticaba con agudeza al gobierno de turno y a la idiosincrasia bogotana más conservadora.

Klim hacía tambalear al establecimiento con su prosa y su pluma porque la sociedad que le tocó era más solemne, cerrada y respetuosa. Hoy en día todo es más abierto, el humor y el sarcasmo son moneda corriente y es muy difícil que el periodismo tenga la contundencia que tuvo entonces” (Constaín.2013.).

A pesar de habitar un plano literario y periodístico, Klim es un pionero para el humor de actualidad y la sátira social en todos sus formatos, cosa que enriquecería la apuesta humorística de Oink por Oink bajo una perspectiva histórica.

Otro referente histórico clave fue el personaje Clímaco Urrutia, interpretado por el actor Jaime Santos. Clímaco se perfilaba como el candidato político ideal. Proveniente de una refinada familia cachaca y con íntima cercanía al lenguaje coloquial, incursionó en la sátira desde la parodia política, como un personaje que adquirió una dimensión crítico social después de su salto a la fama en la popular en programas de cuenta chistes. La caracterización del personaje Clímaco es un buen referente para Oink por Oink, especialmente para Lolo, pues integra características de una figura mediática con estrecha cercanía a lo popular, y por otra parte, sobresalió entre las figuras que articulaban orgánicamente el humor político a una plataforma audiovisual.

Dentro de la plataforma global para videos YouTube, se encuentra una oportunidad no sólo para ejercer el derecho a la libertad de expresión, opinión y prensa, sino que puede también ser la oportunidad para respaldar una lucha organizada, y difundirla al alcance de cualquier persona. Así lo plantea Ricardo Heredia en su artículo *Humor y discurso: una propuesta para el análisis de la protesta en YouTube (2016)*, dentro del trabajo de investigación *La protesta en YouTube: las estrategias discursivas contra hegemónicas para la legitimación del Ethos político*

estudiantil en torno a la reforma a la ley 30 de 2011 (2016) de la Maestría en Lingüística y Español de la Universidad del Valle. En el artículo se revisa el proceso de construcción discursiva de la resistencia en un video sobre la propuesta de reforma a la ley 30 que presentó el gobierno nacional en 2011, con el que se busca poner de manifiesto el proceso de legitimación de la protesta social, específicamente la estudiantil.

Oink por Oink se piensa como una semilla que germina en un contexto estudiantil, por lo que la investigación de Heredia fundamentaría la conceptualización de la serie como un eje articulado a la lucha de la academia, desde y por la academia.

Sin duda, no se puede hablar del humor de actualidad en Colombia, sin hablar de Jaime Garzón Forero, un periodista con la convicción de que se podía aspirar a un país mejor cambiando la violencia por la “mamadera de gallo”. La tesis de grado *Historias de un sátiro posmoderno: Quac! el noticiero y Jaime Garzón en la Colombia de los años noventa (2017)* de Fabián Ortegón, se pregunta tanto por el papel de la serie televisiva en formato de noticiero Quac!, como por el de Garzón, en el entendimiento del mapa sociopolítico de Colombia de los noventas, y la importancia comunicativa del humor en el seriado audiovisual.

Entre las conclusiones se destacan la disposición de elementos audiovisuales, sobresaliendo el manejo del plano, la luz y elementos plásticos, en la comunicación de un discurso de sátira política y de actualidad. La importancia de este trabajo para Oink por Oink radica en entender el fenómeno Garzón como un hito en el humor político y de actualidad, el compromiso social y divulgativo, y la innovación en materia audiovisual que tenía para su época, en consonancia con los hábitos de consumo mediático de un público objetivo. Un factor clave es la diversa caracterización de personajes como un elemento constitutivo de la narración, que de manera análoga se busca lograr en Oink por Oink.

Actualmente en Colombia, hay programas que ven en el humor político y de actualidad, un pretexto para compartir un momento en familia, basándose en la masividad de la comedia. *Voz populi te ve (2016)* es la apuesta televisiva del canal Caracol, actualmente al aire emitido en la noche de los domingos. Otro referente que está adquiriendo popularidad, es el personaje Juanpis González, interpretado por el comediante Alejandro Riaño en *El boletín del gomelo (2018)*, una serie web en formato de entrevistas donde caricaturiza a las élites del país.

Así como Juanpis, otros creadores encontraron en YouTube la plataforma ideal para el ejercicio periodístico, como una alternativa que apuesta por lo dinámico, lo audiovisual y lo

viral. Uno de los más populares *youtubers* de humor político y de actualidad, es el periodista Daniel Samper Ospina, en su serie web *Hola soy Danny* (2016) alojada en su canal homónimo. Samper estudia las tendencias web en cuanto a contenidos de moda, tales como *challenges*¹⁰ e invitaciones de celebridades de actualidad a su canal, generalmente otros *youtubers*. Paralelo a esto, él estudia la propuesta técnica y elementos audiovisuales comunicativos, para llevar todo al contexto de la realidad colombiana. Con esto hace del ejercicio de reflexión y la conciencia crítica sobre el acontecer colombiano, una tarea que apunta directamente a un público no asiduo de los medios tradicionales, como la prensa y la televisión, o que simpatiza con estas nuevas plataformas. Esto es sin duda uno de los mayores movilizadores para la realización de Oink por Oink.

Dentro del panorama local y regional, se destaca el artículo de Jorge Urrea de la Revista Lasallista de investigación de la ciudad de Medellín, titulado *Lenguaje y contenido audiovisual de los programas en internet frente a los programas de televisión convencional* (2014). El artículo busca hacer un análisis comparativo entre el lenguaje y contenido audiovisual alojado en estas dos plataformas, a partir de una muestra integrada por programas de televisión con sus respectivos portales en la web, y un blog de producción audiovisual exclusiva para internet. Si bien la pregunta detonante es similar a la de este proyecto, los resultados son contradictorios a los que se espera encontrar, puesto que aseveran que no existen diferencias sustanciales entre la morfología y sintaxis que constituyen un lenguaje audiovisual, que puede ser común a ambas plataformas.

Las diferencias radican en una cuestión de narrativa para la web. Es un aporte significativo para Oink por Oink ya que expande su necesidad epistemológica a otra esfera: Será un cuestionamiento por el lenguaje audiovisual, o la narrativa audiovisual que habita en las redes, que en gran medida viene influenciado por una necesidad orientada por las tecnologías de la información y la comunicación (TIC's). Entre estos elementos audiovisuales narrativos, tenemos la preponderancia de un plano medio estático, cortes rápidos y rítmicos, y un llamado más acentuado a la interactividad, que puede ser en tiempo real con el usuario.

Las mencionadas características están presentes en el contenido del referente local *Aquinoticias* (2016) y conducido por José Marín bajo su personaje de Aquino, “un periodista freelance de derecha” tal como él se define. En este seriado se habla mayormente de política y

¹⁰ Son retos virales, en su mayoría graciosos que los *youtubers* llevan a cabo para ganar popularidad

formas de lucha popular, mediante entrevistas, notas informativas, video columnas de opinión a través del *videoblog*, un tipo de seriado web, y todo en un tono de humor político, parodia y sátira social. Su aporte para Oink por Oink se basa tanto en el tema que se busca abordar, como en la manera para hacerlo, la comedia; y por otra parte, la estética *youtuber* en cuanto a planos, manejo del diálogo, sonidos, pueden aportar a entender los elementos audiovisuales de los entornos web, como la propuesta propia fundamentada en dicho entendimiento. Un factor aportante desde Aquinoticias, es la incorporación del *streaming*¹¹ como elemento narrativo, algo recurrente en el contenido web.

De manera similar, la propuesta de serie web *Noticopi (2016)* a cargo de Alejandra Carvajal, bajo su personaje clown *Copito*, integra elementos comunicativos y escénicos del teatro clown con la comunicación social, resultando un híbrido particular en el que aborda distintas noticias de actualidad en clave de humor. Esto constituye una propuesta que Alejandra llama la “Clownmunicación”, elemento transversal en esta serie web video *blogger*. El aporte de Noticopi a Oink por Oink está en la integración de elementos como la puesta en escena, la consolidación de un personaje cómico en sí mismo, al igual que se busca hacer con Lolo, y la hibridación de recursos audiovisuales y dramáticos para la consolidación de una nueva propuesta audiovisual.

Respecto a la contribución teórica y creativa del pregrado en Comunicación Audiovisual y Multimedia de la Universidad de Antioquia, el trabajo de grado titulado *Narrativas y contenidos audiovisuales en los canales de YouTube: (2018)* del estudiante Jeisson Castrillón, hace un estudio de caso sobre identidad audiovisual en torno a una misma temática. Castrillón (2018) afirmó que AlphaInvestments y Tolarian Community College son dos canales que tienen como objeto principal el juego de cartas coleccionables Magic: The Gathering, aunque cada uno tiene su enfoque principal en diferentes dinámicas existentes dentro del juego. El primero, como su nombre permite suponer, produce contenidos “educativos”; el segundo, también como menciona su nombre, habla principalmente de asuntos económicos.

Este trabajo logró establecer un paralelo entre los componentes audiovisuales y narrativos presentes en el contenido de estos dos canales de YouTube, mediante un cuadro comparativo orientado por categorías de análisis como: estructura narrativa, personajes, montaje, escenografía, sonido, entre otros. Si bien los hallazgos eran muy específicos, propios de la

¹¹ Es la transmisión en directo y distribución digital de contenido multimedia a través de una red de computadoras, de manera que el usuario utiliza el producto a la vez que se descarga.

temática de ambos canales de YouTube, la especificidad en sí misma es una característica pertinente para Oink por Oink, pues siendo el tema el humor de actualidad colombiana, debe ser capaz de identificar sus elementos audiovisuales comunicativos.

Una gran influencia para el anterior referente, fue el también trabajo de grado *Fórmulas audiovisuales nativas y representativas del entorno digital, alojadas en el repositorio YouTube (2016)* del estudiante Daniel Quintero Ramírez, en donde abarca, a un nivel más general, las formas discursivo narrativas recurrentes en la producción de contenidos audiovisuales masivos desarrollados desde y para la web. El trabajo de grado parte de una muestra de series web soportadas en análisis cuantitativos de las mismas para lograr establecer categorías en cuanto a fórmulas, signos e inclusive géneros dentro del contenido de YouTube. La proposición de estas categorías permitirá a Oink por Oink llegar a agrupar patrones audiovisuales dentro del corpus a investigar.

Al igual que Oink por Oink, el anterior trabajo de grado se plantea una indagación por un lenguaje audiovisual nativo de la web, donde cabe resaltar, es la misma web la que autorregula sus formas comunicativas, respaldadas en términos de grandes volúmenes de audiencias. Según Wikipedia (2019), algunos de los *youtubers* más exitosos del mundo como Felix Arvid Ulf Kjellberg (mejor conocido como *PewDiePie*), con ciento un millones de suscripciones, y Germán Garmendia (conocido por su canal *Hola soy German*) con 39 millones de suscripciones, comparten rasgos en común como su expresividad verbal, su lenguaje corporal, sus referencias a cultura popular, que no sólo los hacen populares, sino que marcan patrones para una población interesada en crear su propio contenido para YouTube.

En materia de análisis de crítica social por parte de un producto audiovisual, se destaca el trabajo de grado *La crítica social en el discurso audiovisual de la serie South Park: Un análisis de tres episodios (2017)* de Johan Orrego. La búsqueda por la incidencia del discurso audiovisual de la serie en un contexto sociopolítico, especialmente el estadounidense, se traduce en el reflejo de una sociedad que pueda reconocerse en la pantalla, y cuestionarse a sí misma, al verse narrada en clave de una ficción de humor. “No sabríamos si llevarlo hasta lo más profundo, pero es claro que pensar desde una postura crítica para encontrar la verdad es hacer del mundo un lugar mejor hablando desde la filosofía de Popper y las formas del pensamiento complejo de Morin”. (Orrego, 2017, pág. 104.). La afirmación de Orrego alude directamente a la construcción de una conciencia crítica como factor predominante para la transformación social.

Si bien South Park maneja una gama ácida de humor de actualidad, que no es exclusivamente la que Oink por Oink persigue, es un referente necesario para ver cómo la problemática social de un país dialoga ingeniosamente con el humor que habita el guion, el universo narrativo, y demás elementos narrativos de una serie.

En la producción de series web de este pregrado, la comedia y el humor son poco frecuentes, e inclusive escasos bajo un enfoque de crítica social o humor de actualidad. En el piloto de serie de televisión transmedia *El latido de una nación (2016)*, de Pablo Tapia, si bien no había un componente humorístico marcado, se aproximaba a la crítica y conciencia social a través de los formatos audiovisuales, entre ellos la web. La miniserie de televisión transmedia *Todos somos Lolo (2017)*, que personalmente tuve la oportunidad de proponer y dirigir, fue una aproximación al humor político abordado desde el audiovisual, con un marcado componente web por desarrollar. A pesar de tener un enfoque más argumental, su indagación por la conciencia crítica en el espectador a través de la comedia era un sello de identidad. Cabe decir que Todos somos Lolo fué la semilla para que naciera Oink por Oink.

La impresión que deja haber hecho este recorrido por estos antecedentes creativos y teóricos, es que el humor de actualidad y el humor político, como vehículo usado para la conciencia crítica y social, y soportado en un formato narrativo audiovisual para la web, es que es un campo demasiado específico para encontrar antecedentes. Se pueden encontrar por separado referentes de series web que inciten a la reflexión crítica sobre la sociedad, o productos de humor de actualidad, o inclusive series web de humor de cualquier tipo, que a pesar de que dispongan de abundante lenguaje y elementos audiovisuales, aún son referentes de uno o algunos ámbitos de lo que significa la totalidad de Oink por Oink.

No hay abundancia teórica y creativa en materia de lo que Oink por Oink busca desarrollar, lo que implica una buena oportunidad para proponer esta serie. Haciendo una triangulación con los antecedentes disponibles, se puede aproximar al concepto de lo que Oink por Oink busca desarrollar, que es una serie web de humor de actualidad colombiana, con contenido narrativo bajo un enfoque de conciencia crítica y social.

9. Marco teórico

En el siguiente apartado se procederá a hacer la delimitación teórica de la investigación. “El marco teórico es una inmersión en el conocimiento existente y vinculable al planteamiento del problema y su correcto encuadre” (Hernández, Fernández y Baptista.2010.pág.65.). De esta manera, el marco teórico proporcionará el norte específico bajo el cual se abordará el análisis.

Las teorías sobre las cuales se va a fundamentar una investigación, deben ser suficientes en sí mismas, puesto que deben suplir todas las necesidades tanto epistemológicas como hermenéuticas. No obstante, puede ser posible que la disponibilidad teórica no abarque el enfoque necesario para una investigación, bien sea porque el tema a abordar es poco estudiado o demasiado específico. En el caso de la presente investigación, el tema es poco tratado al ser tan reciente como vigente, además de que es muy específico en cuanto a su formato, género y contexto sociocultural.

Para las particularidades que tiene Oink por Oink, un camino idóneo es el planteamiento de una teoría fundamentada. Parafraseando a Hernández, et al, (2010) la teoría fundamentada utiliza un procedimiento sistemático cualitativo para generar una teoría que explique en un nivel conceptual una acción, una interacción o un área específica. Las proposiciones teóricas surgen de los datos obtenidos más que de los estudios previos.

En el caso de Oink por Oink, su especificidad se cimenta en cuatro ejes temáticos recurrentes a lo largo de la investigación, cuyo inter relacionamiento y respectivas triangulaciones, proveen el sustento teórico para el desarrollo de una teoría fundamentada. Los cuatro pilares son: los elementos audiovisuales comunicativos, el discurso, el humor de actualidad, y por último, las series web.

9.1 Elementos audiovisuales comunicativos

Los elementos audiovisuales comunicativos parten de una integración sintáctica entre tres tópicos: Los elementos, el formato audiovisual y el acto comunicativo. Comenzando por los elementos, según la RAE (2018) un elemento es una parte constitutiva o integrante de algo. Un elemento tiene un valor significativo propio, pero articulado a otros, su significado se reescribe inmerso en una totalidad. Adquiere un significado denotativo, cuando depende de la literalidad de su sentido objetivo, o connotativo, cuando su sentido se ve modificado bien sea por la relación con otros elementos, o un subtexto que alberga una intencionalidad subjetiva. Esto se puede

entender mejor cuando contextualizamos los elementos en un área específica, en este caso la visual.

Oscar Colorado (2019) hace un símil entre los elementos químicos de la tabla periódica, y los elementos visuales de la fotografía, destacando su valor denotativo cuando hacen parte de atributos fotográficos (distancia, luz, tiempo), composición (perspectiva, ritmo, forma), contenido (sujeto, forma, metáforas) y estilo (estilo, género, subgénero); y por otra parte, destacando su valor connotativo cuando hacen parte de autoría (autor, época, escuela), intención (propósito, concepto, recepción) y elementos semióticos (icono, signo, símbolo). Además de ser un ejercicio didáctico, Colorado aporta una manera de entender la función de elementos comunicativos dentro de un área específica, en este caso la fotografía, ver cómo dialogan y se significan entre ellos. Su analogía da pistas para entender las características denotativas de las unidades audiovisuales de sentido que conformarán el mensaje de Oink por Oink, y también cómo se interrelacionan entre ellas connotativamente. Entender los elementos audiovisuales comunicativos, da las herramientas necesarias para el siguiente paso que es categorizarlos según las necesidades del proyecto.

Continuando con las analogías, si situamos aquí el campo audiovisual podemos obtener significados similares. Lo audiovisual se puede entender como un formato, una disciplina, un lenguaje; e inclusive puede ser una manera de pensamiento, cuando se concibe el acto comunicativo basándose en su manifestación por medio de imágenes y sonidos. La conjunción entre una progresiva imagen en movimiento y sonido dentro de un encuadre, hacen aparecer elementos que se unifican en una sola proposición. Estos elementos audiovisuales son la puesta en imagen, la banda sonora, la plasticidad de la puesta en escena, el contenido narrativo del lenguaje verbal (diálogos), y no verbal (interpretación corporal), y el ritmo, definido por el montaje; que a su vez hace parte de lo específico del cine, junto con el emplazamiento de la cámara y el fuera de campo.

El profesor Pere Marqués (2003), de la Universidad Autónoma de Barcelona, plantea que en el lenguaje audiovisual, al igual que en los otros lenguajes verbales, se pueden considerar cinco dimensiones. La dimensión morfológica, que estudia la estructura interna de la proposición en función de definir y clasificar sus unidades gramaticales. La dimensión sintáctica abarca la constitución de sintaxis entre la relación de sus componentes bajo un mismo sentido. La dimensión semántica alude al proceso de significación que producen los componentes de la

proposición audiovisual. La dimensión estética abarca atributos patronímicos de forma que producen una sensación de goce sensorial o reconocimiento de belleza y armonía. Por último, la dimensión didáctica cuando el material audiovisual tiene una intención pedagógica y de ella depende la facilidad de transmisión de un mensaje o sentido.

La anterior descripción sobre las dimensiones del lenguaje, aporta un criterio adicional para la categorización de los elementos audiovisuales comunicativos que se busca para Oink por Oink, en base a las funciones y facultades de forma, sentido, significado, estética y pedagogía que tendrán sus unidades mínimas constituyentes.

Seba (2019), plantea que hacer un producto audiovisual tiene como uno de sus principales objetivos el contar una historia en imágenes y sonidos. Para ello, es necesario hacer uso de los diferentes elementos comunicativos, como el guion, el montaje, la fotografía, el arte, el sonido, la actuación; y conocer a profundidad las diferentes especificidades de cada lenguaje.

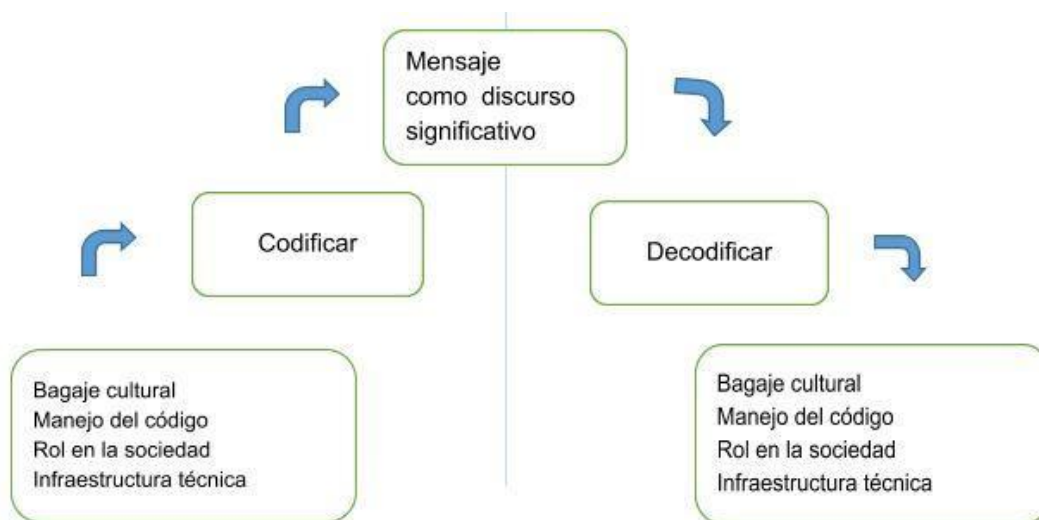
El planteamiento de Seba, propone otra visión de categorización de los elementos audiovisuales comunicativos, y nos permite ver que no existe una sola categorización, y que los ítems presentados anteriormente son articulados y definidos por las necesidades de este proyecto, como bien lo indica al inicio la teoría fundamentada.

Respecto a la comunicación, la RAE (2018) la define como: “la acción de hacer a una persona partícipe de algo que se tiene o se sabe, mediante la transmisión de señales en un código común entre un emisor y receptor”. Dicha definición resulta muy general al referirse a la mera circulación de información.

En su artículo investigativo titulado *Teorías de la comunicación: La comunicación audiovisual*, Estefanía Mariano (2019) hace hincapié sobre la comunicación audiovisual partiendo del modelo tradicional de comunicación. Este último se constituye por un emisor que envía un mensaje a un receptor inmersos en un contexto, mediante un código lingüístico común entre ambos, y sirviéndose de un canal como vehículo comunicativo. Al final una retroalimentación por parte del receptor develando los efectos que tuvo en él la interpretación del mensaje. Mariano caracteriza la comunicación audiovisual como un sistema de comunicación multisensorial (donde los contenidos icónicos prevalecen sobre los verbales), que promueve un procesamiento global de la información cuyos elementos adquieren sentido si se los considera holísticamente, y que moviliza la sensibilidad antes que el intelecto.

A pesar de enfatizar en el componente audiovisual del mensaje, como un factor icónico que altera drásticamente su significado, el planteamiento de Mariano puede ser insuficiente para Oink por Oink, ya que sigue siendo fiel a un modelo hegemónico y lineal, que no profundiza en las condiciones particulares del emisor y el receptor como algo que puede permear el contenido del mensaje.

Stuart Hall (1973) sugiere otro modelo de comunicación que modifica al hegemónico. Hall propone un proceso comunicativo entre 5 momentos que se interrelacionan. Estos momentos son la producción, la circulación, la distribución, el consumo, y la reproducción. La brecha entre la producción y la reproducción (que garantiza el éxito del proceso comunicativo) equivale respectivamente al proceso de codificación y decodificación de un contenido discursivo (mensaje), ceñido a un sistema semiótico afín a las condiciones socioculturales de las cuales el codificador y el decodificador disponen para participar en el proceso comunicativo. Para mayor entendimiento, se propone la gráfica 1:



Gráfica 1. Circulación del proceso comunicativo según modelo de Stuart Hall. Fuente: Autoría propia.

En esta cadena, el proceso parte de unas condiciones de codificación que deben coincidir simétricamente con unas condiciones de decodificación del discurso, para llegar a una exitosa transmisión del mismo. Si no hay apropiación de “significación”, no puede haber “consumo”. Si la significación no está articulada en la práctica, no tiene efecto (práctica social) (Hall.1973). Sin embargo en un contexto real dicha simetría se ve alterada por factores como el código, la carga

ideológica del discurso, la interpretación denotativa o connotativa en la decodificación, factores políticos, sociales y culturales disímiles entre ambos polos; lo que se traduce en una percepción selectiva del discurso. En síntesis, una significación contextualizada bajo las condiciones interpretativas del receptor.

El modelo de comunicación de Stuart Hall es pertinente para Oink por Oink, puesto que profundiza en un factor esencial en todo proceso comunicativo, el contexto. Si las condiciones e intenciones de codificación de un mensaje son en extremo disímiles a las de decodificación, el mensaje que recibirá el receptor será distinto al que se envió.

Cuando se aplica este modelo a la comunicación en la web, se parte de que en ella las dinámicas comunicativas se comportan distinto. La web democratizó la información de tal manera que basta con tener conexión a internet para acceder a ella, y dentro del ecosistema digital, no se manifiestan las diferencias sociales de la misma manera que en la vida real. Por otra parte, la masividad de la web, con neologismos como el chateo, twitear o wifi; y portadores de sentido con tendencia hacia lo gráfico, como los memes de humor, proporcionan un marco referencial que también democratiza el código de comunicación. Tal como el modelo de comunicación de Hall, Oink por Oink busca un análisis alternativo para entender la comunicación en este momento histórico, y consecuentemente lograr resultados comunicativos diferentes.

En conformidad con lo anterior, los elementos audiovisuales comunicativos se consideran como valores unitarios vinculados, portadores de un mensaje que se codifica y decodifica por medio de un lenguaje audiovisual. Dichos elementos cargan una intención comunicativa connotativa y denotativa, tanto independientes como al verse unificados en un mismo discurso audiovisual, concepto que se profundizará a continuación.

9.2 Discurso

Después de haber hablado de comunicación, el discurso surge como una evolución del mensaje, cuando se es consciente de una ideología y del lugar de enunciación que habitan dentro de él.

Deborah Schiffrin en su libro *Definiciones del discurso (2011)*, hace una exploración sobre las definiciones del discurso mediante la descripción, aplicación y comparación detallada

de seis diferentes enfoques de discurso: la teoría de los actos de habla, la sociolingüística interaccional, la etnografía de la comunicación, la pragmática, el análisis conversacional y el análisis variacionista. Para interés de Oink por Oink, es importante mencionar los 2 paradigmas lingüísticos que la autora ofrece, los cuales hacen diferentes asunciones sobre la naturaleza general de la lengua en el acto comunicativo, y son un eje teórico transversal para el análisis de los mencionados enfoques. Estos son el paradigma estructuralista, que concibe el discurso como un órgano situado en la gramática, semántica y sintaxis del lenguaje, y el paradigma funcionalista, que concibe al discurso como un hecho que habita en el habla, de naturaleza connotativa y social que rebasa las fronteras formales del lenguaje.

Para Oink por Oink es importante hacer esta diferenciación, puesto que para producir su discurso a partir de sus elementos audiovisuales comunicativos, se debe entender que tienen una dimensión estructuralista situada en su forma y lenguaje, y una dimensión funcionalista situada en cómo esa forma se manifiesta dentro de la interacción con los usuarios, es decir connotativamente.

Van Dijk (1985) entiende el discurso como la lengua que reside más allá de la oración. “Las descripciones de naturaleza estructural caracterizan el discurso a diferentes niveles o dimensiones de análisis y en términos de una multiplicidad de diferentes unidades, categorías, patrones esquemáticos o relaciones” (p. 4). Todas estas categorías hacen del discurso un evento comunicativo completo inmerso en una situación de interacción social específica, que devela rasgos de quien lo enuncia, su punto de enunciación y el sentido político de los objetivos que persigue.

Las palabras y oraciones declaradas son una parte integral del discurso, pero el discurso no se encuentra en sí mismo sólo en el conjunto de palabras y oraciones expresadas en el texto y el habla. Como empíricamente hablando, el significado del discurso es una estructura cognitiva, hace sentido incluir en el concepto de discurso no sólo elementos observables verbales y no verbales, o interacciones sociales y actos de habla, sino también las representaciones cognitivas y estrategias involucradas durante la producción o comprensión del discurso (Van Dijk 1989).

Interpretando a Van Dijk, el discurso es el subtexto que está en el texto, el fenómeno que está detrás de la oración, y que para su respectivo entendimiento e interpretación, se debe tener un bagaje suficiente del contexto que maneja. En este sentido, la importancia del discurso de

Oink por Oink está en que debe ser ingenioso, de tal manera que invite al usuario a leer entre líneas, puesto que el mensaje no estará de manera explícita en las imágenes y sonidos.

Para Michel Foucault (1970) en su libro *El orden del discurso* (1970), el discurso hace parte de un trinomio, junto con el poder y el saber. Es un instrumento que incide en las interacciones sociales bien sea como ente de dominación, o bien, emancipación. El discurso permite la conservación del poder, el cual por su parte, permite la institucionalización del saber. Entre el saber y el poder, se produce lo que Foucault llama una “política general de la verdad” la cual distingue los enunciados falsos de los verdaderos, siendo lo verdadero, una extensión discursiva de un status quo, quien administra el poder. “En toda sociedad la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por un cierto número de procedimientos que tienen por función conjurar los poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y temible materialidad” (Foucault, 1970, pág.14.).

De conformidad con lo anterior, el discurso siempre está presente, de manera explícita o implícita, como una extensión sociocultural, una carga política que trasciende la gramática de cualquier enunciado. Acorde con Foucault, el discurso que propone Oink por Oink debe dilucidar la intención política de los fenómenos de actualidad, para que de esta manera sea un facilitador para que el espectador desarrolle la conciencia crítica y reflexiva sobre su entorno.

Para efectos de esta investigación y en consonancia con todo el apartado, una síntesis de lo que se entenderá por discurso es que es el subtexto que reside en cada proposición, y que tiene implicaciones en la sociedad por su peso ideológico y simbólico. En el campo audiovisual, la unificación de los elementos audiovisuales comunicativos, impregnados por el impulso subjetivo de uno o más autores, se traducen en un mismo discurso, que es un contenido manifiesto ante un fenómeno o realidad social. Bajo un lenguaje audiovisual, cada cosa que se diga o se deje de decir en Oink por Oink, debe llevar consigo un discurso, lo que siempre hace de ella una decisión política.

9.3 El humor de actualidad

Si bien la risa es una manifestación emocional universal, presente en todas las culturas y en todos los tiempos, el detonante que la causa es un asunto cultural. Por ejemplo en Colombia, hay referentes de comedia y humor muy icónicos, quienes han definido a lo largo de las décadas

un imaginario de lo que los colombianos disfrutamos como gracioso. Por mencionar algunos están *Don Chinche*, *El gordo Benjumea*, *La nena Jiménez*, *Andrés López* y por supuesto, *Jaime Garzón*. El sentido del humor está adscrito a un marco cultural que hace que determinadas situaciones y contextos sean graciosos para unas personas y para otras no.

Julio Cásares (2002) es consciente de la dificultad de definir el término “humor” afirmando que el sólo hecho de tener que encasillarse en una definición es una carencia de sentido del humor. “El humor, pues, será para nosotros una disposición de ánimo, algo que no trasciende del sujeto que contempla lo cómico, y llamaremos «humorismo» a la expresión externa del humor, mediante la palabra, el dibujo, la talla, etc.” (Cásares, 2002, pág. 170). El humorismo es entonces, el suceso narrativo, que busca generar diálogos de fondo a partir de la forma, hacer experimentos con la alegría y la tristeza, la gracia y la ironía.

Esto trae a colación un punto interesante para este proyecto, si Oink por Oink será entonces humor de actualidad u humorismo de actualidad. Creo necesarios ambos términos, tanto que buscar una disposición hacia la risa en el espectador como encontrar las maneras audiovisuales para producirla, son búsquedas que no se excluyen entre sí, es más, se complementan.

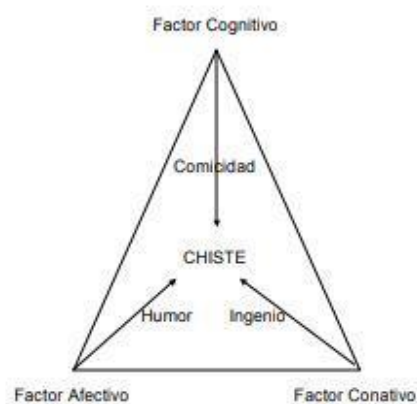
Dentro de una perspectiva más técnica, Carbelo Baquero (2006) hace una investigación sobre el concepto del sentido del humor, indagándose por su historia, influencias culturales y las teorización que se ha hecho al respecto, que el autor considera escasa.

La primera definición relacionada con la ciencia de la que se tiene constancia fue referida por Sully en 1902 y aludía a la complejidad que encerraba el término para definirlo con precisión, haciendo hincapié en que a menudo se utilizaba la palabra humor para determinar la habilidad con la que una persona puede hacer reír (Sully, 1902). Más tarde, Baldwin (1905), Fowler (1926) y Drever, (1952) comenzaron a distinguir el término humor, de humorístico, ingenioso, sardónico, sarcástico y amplían el área y las variedades del humor apareciendo por vez primera en diccionarios de psicología. (Baquero, 2006, pág. 75.).

En su retrospectiva histórica, Carbelo (2006) define el humor como la capacidad de percibir y disfrutar de lo cómico o divertido, habilidad de algunas personas para interpretar lo que sucede desde una perspectiva jocosa. En concordancia con lo anterior, el humor es una forma de relación entre el sujeto y la vida que se ve desde su lado cómico, es tener la capacidad de reír ante los acontecimientos adversos. Esto deja por sentado que el sentido del humor necesita un

contexto que sea el suelo sobre el cual levantar un chiste, determinado por factores culturales y sociales.

Eysenck (1942) (como se citó en Carbelo,2006.pág.79.), citó el ingenio, o la capacidad de las personas para interpretar las cosas de una forma divertida, e investigó las posibles dimensiones del humor y explicó con un esquema triangular los componentes subyacentes al humor, que en su vértice afectivo, subyace una emoción básica que es la alegría. Ese componente emocional de alegría de la persona que ríe ante un suceso puede ir acompañado de otras emociones. El tercer vértice al que hacía referencia Eysenck es el conativo, como una especie de "adaptación superior" en la que el humor se traduce en fenómeno adaptativo, como si la persona aprendiera a adaptarse a la situación, al experimentarla de manera divertida.



Gráfica 2. Factores en la comprensión de un chiste. Fuente: Eysenck, HJ. (1942). The appreciation of humour: an experimental and theoretical study. British Journal of Psychology, 32: 295 309.

La gráfica 2 es una herramienta de vital importancia para Oink por Oink, puesto que es un formato aplicable a la realidad colombiana con su inherente carga cultural y social. Si se ubica el gráfico en nuestro contexto actual, se puede facilitar la ilustración y circulación de información para que se produzca un chiste o una situación cómica.

Ahora especificando el humor dentro de un plano político, de actualidad nacional, según César Ulloa (2008) el humor político incursiona en otra faceta que es el ejercicio de la opinión pública. Es una herramienta con la que no solamente se abarca una situación en un sentido figurado, sino se asume un juicio crítico y una posición política ante la realidad, pero que se expresa de una manera alternativa y lúdica. Al tener una incidencia política, no solamente es una herramienta de poder, sino también es un recurso de contrapoder cuando desde su expresión

cuestiona, problematiza y reflexiona sobre un statu quo. Acorde a esto, Oink por Oink busca bajar lo político de un pedestal intocable, y llevarlo a un lenguaje masivo, inclusive coloquial, para sentir familiares todas las eventualidades de Colombia, que de hecho, nunca han dejado de afectar a su población.

Por último, y en este orden de ideas, es pertinente profundizar el término de humor de actualidad para entender cuál es su valor agregado, que es lo que compete directamente a este proceso de investigación creación. El libretista de televisión César Betancur “Pucheros”, reconocido por sus libretos en producciones como *Los francotiradores* (2001) y *Las hermanitas calle* (2015), planteó en una entrevista vía teléfono (2017) efectuada por quien realiza esta investigación, la diferenciación sustancial entre humor político y el humor de actualidad. A grandes rasgos, se asocia al humor político con un panorama partidista y electoral, o también referente a las críticas a malas administraciones gubernamentales. Por su parte, el humor de actualidad busca ocupar otras esferas de la sociedad, en las que si bien tiene cabida la política, también la economía, el deporte, la tecnología, la idiosincrasia entre muchos otros. (Betancourt, C. Comunicación personal. Octubre de 2017). No obstante, no sobra enfatizar que lo político no es únicamente lo partidista o lo gubernamental, puesto que como ya lo mencionamos anteriormente, toda acción, crítica o juicio llevan inherente una carga política.

El humor de actualidad abre un abanico de posibilidades para Oink por Oink, pues mediante su discurso audiovisual busca tener incidencia política, pero la temática que manejaría sería mucho más variada. De esta manera se busca captar el foco de atención de personas que carguen con el estereotipo de que una intención política es solamente hablar del gobierno, lo que puede resultar aburrido y contraproducente.

En conformidad con lo anterior y para fines de este proyecto, el concepto de humor, o más concretamente, el humor de actualidad, se entenderán como la capacidad de abordar la actualidad de una perspectiva crítica y jocosa, entablando una relación de sentidos entre una acción cómica y una realidad objetiva.

9.4 Las series web

La web condiciona un nuevo entorno comunicativo, en donde las narraciones que emergen en este ecosistema digital, lo hacen ciñéndose a las dinámicas propias de este. José Luis

Orihuela (2002) sistematiza los diez cambios de paradigmas que dan lugar a la e-Comunicación, el nuevo paisaje mediático que emerge con la Red.

El usuario como eje del proceso comunicativo, el contenido como vector de identidad de los medios, la universalización del lenguaje multimedia, la exigencia de tiempo real, la gestión de la abundancia informativa, la desintermediación de los procesos comunicativos, el acento en el acceso a los sistemas, las diversas dimensiones de la interactividad, el hipertexto como gramática del mundo digital y la revalorización del conocimiento por encima de la información.(Orihuela,2002.)

Estos diez cambios que el autor propone no surgen con la intención de enterrar las dinámicas comunicativas predecesoras, sino proporcionar herramientas para saber desenvolverse coherentemente entre las nuevas condiciones comunicativas que habitan este espacio. Tal como Oink por Oink lo busca, es imprescindible conocer las dinámicas comunicativas de los ecosistemas web para disponer estratégicamente de su contenido.

Fernando Morales, y Paula Hernández (2012), en su artículo *La webserie: convergencias y divergencias de un formato emergente de la narrativa en Redserie*, definen las series web como todos aquellos seriales de ficción audiovisual creados para ser emitidos por Internet. Esta definición amplía más el espectro, puesto que es más incluyente con el contenido audiovisual creado para web. Sin embargo, aún es tímida al delimitarlo a la ficción, entendiendo que lo narrativo también puede abarcar un campo documental, y por qué no una mezcla de ambos como lo requiere Oink por Oink, donde la unidad se da por tratamiento, personajes y estructura de capítulo más que por el seguimiento de una trama argumental.

Los autores ubican tres tipos de webseries según su nivel de interacción: Las tradicionales, más familiares a la televisión por su narrativa argumental ligada a una trama; los videoblogs, producciones austeras enfocadas en la narración o comentarios sobre una temática generalmente a cargo de un individuo; y las web series interactivas, caracterizadas por el uso de la tecnología digital para la participación del usuario en la configuración de la trama. La anterior definición es útil para Oink por Oink porque le permite distinguirse a sí misma en un tipo de serie web específico, los videoblogs.

El concepto de serie web, si bien ha ido adquiriendo suficiente peso teórico y práctico para definirse por sí solo, aún tiene un vínculo innegable con la televisión, llegando incluso a todavía conceptualizarse en función de ella. Beatriz Gallego (2011) en su investigación titulada

De las series tradicionales a las series web, aporta una perspectiva en la que las series web se consolidan como una evolución de la televisión, impulsada por las nuevas necesidades en cuanto a un entorno web y las exigencias de un público no pasivo.

Comenzaron bajo la producción de un público amateur, emancipado de la rigidez de la industria y la profesionalización, y paradójicamente, con el tiempo quedaron en la mira de la industria y de la profesionalización mismas. “Las web series comenzaron como un medio alternativo a la producción masiva, casi como un “golpe de estado” a las las televisiones convencionales, poco a poco se van introduciendo también en el sistema que ellas mismas combatieron y siguen combatiendo.” (Gallego,2011,pág.35). Quizás una de las características que sitúan a las series web como un “medio alternativo” es su brevedad. Están pensadas industrialmente para un momento histórico en donde la brevedad y la condensación diegética se destacan. Oink por Oink espera lograr dicha brevedad, y más allá de la brevedad, el ser concreto y directo con el tratamiento de un tema de actualidad.

Para efectos de esta investigación, y nutrido por lo expuesto anteriormente, las series web se entenderán como el contenido narrativo audiovisual alojado en la web y pensado para ella, desde su lenguaje, temática y público objetivo. Está abierto a variedad de géneros y formatos, pues despegándose de una trama, prima la intención narrativa, que simpatiza también con las intenciones informativa y educativa.

Con el anterior marco teórico se pretende llegar a unos acuerdos de sentido, de tal modo que cada vez que se refiera a un término o concepto en particular, se llegue al mismo significado. Esto es de vital importancia para evitar ambigüedades y generar un código conceptual común, para el diálogo, la retroalimentación y las nuevas ideas que esta investigación pueda suscitar. Al ser un objeto de estudio tan específico, en cuanto a tema, contexto y delimitaciones metodológicas, la teoría fundamentada resultó una propuesta idónea. La particularidad de la teoría fundamentada es que nace a la medida del objeto de estudio, a partir de los hallazgos fenomenológicos y epistemológicos. Por esto se resalta su coherencia y unidad con el proyecto, convirtiéndose en un componente inherente y transversal a la totalidad de Oink por Oink.

10. Metodología

Para el desarrollo del proyecto “Oink por Oink serie web de humor de actualidad colombiana” es importante tener una ruta a seguir, una estrategia que permita canalizar esfuerzos y optimizar medidas, orientadas por tres principios básicos: adecuación, autonomía y pensamiento estratégico. En primera instancia es importante entender la naturaleza de esta investigación, que busca generar un producto audiovisual para la web, dialogando paralela y constantemente con teorías, referentes y demás conocimiento disponible que se haya adelantado en materia. Es por esto que la metodología a llevarse a cabo estará orientada bajo un proceso de investigación creación, donde la conceptualización y la ejecución de un producto es otra manera de investigar.

Oink por Oink se pregunta por el humor de actualidad, las dinámicas comunicativas en los ecosistemas digitales, y principalmente, por la comunicación audiovisual emergente de las narrativas web, adyacente a sus contenidos audiovisuales. La naturaleza de esta investigación creación busca una realidad subjetiva del fenómeno de las series web, que puede experimentarse a través de la experiencia, su visualización, su análisis y su discusión.

Los datos recolectados sobre características específicas de las series web, no sólo le dan forma a la investigación, sino que le conceden un carácter iterativo en el que pueden cuestionar la raíz del problema si es necesario, y transformar, e incluso redirigir, la pregunta de investigación sobre los elementos audiovisuales comunicativos específicos de las series web. La metodología propuesta para esta investigación tiene un carácter inductivo, en la que se busca llegar al conocimiento desde lo particular a lo general, partiendo de la visualización de un corpus específico de series. Acto seguido se vuelve deductiva porque vuelve de lo general nuevamente a lo específico con la realización de los productos. Es por esto que el enfoque que se busca para la investigación creación es el cualitativo.

Respecto a su alcance, la conceptualización de Oink por Oink se inaugura con miras descriptivas. “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández, et al,2010,pág.80). Acorde a la anterior cita, Oink por Oink busca recoger información específica, características y perfiles propios de las series web de humor y concretamente su lenguaje audiovisual.

Más adelante, y en medida de cómo los hallazgos de la investigación lo puedan posibilitar, se proyecta un alcance correlacional. “Los alcances correlacionales tienen como

finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular.”(Hernández, et al,2010,pág.81). Partiendo de las características de las series web que se hayan logrado describir, Oink por Oink busca establecer relaciones, asociaciones y conexiones entre más variables involucradas con los elementos audiovisuales comunicativos, como el comportamiento del público objetivo y sus hábitos de consumo, las plataformas web de difusión abierta y la retroalimentación de los usuarios. Todo este proceso está enmarcado en la conceptualización de la serie y la preproducción, producción y postproducción de sus contenidos audiovisuales.

El desarrollo de Oink por Oink delimitará su metodología al siguiente contexto: en primera instancia no es posible definir un área geográfica delimitada, puesto que el espacio en el que se lleva a cabo es virtual. Tanto el fenómeno de las series web como los elementos audiovisuales comunicativos están ubicados en una red global, en el que el consumo de contenidos de una población determinada no siempre está sujeto a la producción que hay en la región o país que habitan. Por el contrario, el consumo de contenidos de producción externo abre una ventana a la cultura de otra parte del mundo, como históricamente siempre ha sido una cualidad del audiovisual. No obstante, el género de humor de actualidad de Oink por Oink es una variable que arroja una pista, aunque los criterios audiovisuales trascienden las fronteras de un país o región, el humor es un rasgo propio de cada cultura, y en este caso, la indagación que se hará por el humor de actualidad se dirige a los usuarios colombianos.

Otro factor delimitará el estudio es el tiempo en el que se ubicará Oink por Oink. “En Colombia, internet ha sido uno de los sectores económicos que se ha mantenido fuerte y en constante crecimiento”. (DNP, 2016, pág.16). En la última década el aumento de la producción de contenido audiovisual web ha venido en auge.

El público al que va dirigido Oink por Oink son los usuarios asiduos de la tecnología, bien sea porque han crecido dentro de ella o la han articulado con facilidad a las distintas actividades de su vida cotidiana y laboral. Ellos son los *millennials* y los *centennials*, quienes son grandes consumidores de contenido audiovisual en la web. Aunque esta distinción generacional se aplica a nivel global, es importante mencionar que tanto sus rangos de edad como comportamientos son influenciados por condiciones socioculturales locales.

Las generaciones Y y Z, que son las que han tenido una influencia en la internet. La generación Y creció en una época donde la tecnología empezó a crecer paulatinamente, la ciencia ficción del cine hollywoodense de los 80`s los llevó a idealizar el futuro, a pensarse en el futuro. Por ello, dicha generación vivió el avance significativo de las tecnologías computacionales, la transición del disquete al cd, los videojuegos de 8 bits a las consolas con gráficos en tres dimensiones y la llegada de los teléfonos móviles como proceso sistemático de comunicación entre pares. La llegada de la internet a la sociedad fue el punto de quiebre entre el ideal del futuro y el futuro, y es donde empiezan a nacer la generación Z. Ella es la primera en tener la tecnología de internet disponible y que ha estado expuesta a una cantidad sin precedentes de tecnología en su educación, cortesía de la revolución web que se produjo a lo largo de los años noventa. La gente de la generación Z es naturalmente considerada hábil y cómoda con la tecnología, que la interacción en los sitios web de redes sociales es una parte significativa de sus comportamientos de socialización.(Sierra y Yépez. 2018).

Lo anterior lleva a pensar que los millennials y los centennials de Colombia no son iguales a los de Estados Unidos, Inglaterra o Japón. Las transiciones tecnológicas han coexistido con una suerte de variables como el acceso a la tecnología, la desigualdad social, la idiosincrasia y la articulación a las necesidades de los colombianos. Esto para decir que estas generaciones son únicas en sí mismas dentro de su marco histórico y sociocultural.

El diseño metodológico es el adn de una investigación, ya que representa el valor diferenciador que hace que se proceda de una manera única si se trata de un enfoque cualitativo. Para empezar es necesario especificar que la teoría que orientará los métodos corresponde a la teoría fundamentada detallada en el marco teórico. En ese orden de ideas, el diseño metodológico parte de los tres objetivos específicos de la presente investigación creación. Los objetivos específicos hacen un símil de las etapas básicas del proceso de realización necesarias para la realización de los capítulos, siendo la preproducción, la producción y la postproducción, excluyendo por ahora la exhibición y la distribución. Sumado a este símil, la investigación sobre los elementos audiovisuales comunicativos dentro de cada etapa proporcionará los insumos necesarios para la producción. Para la consecución de los tres objetivos específicos, se acudirá a una muestra de series web denominada a partir de ahora como el “corpus audiovisual”.

El corpus audiovisual planteado para este proyecto es una muestra orientada a la investigación cualitativa, específicamente una muestra por conveniencia. “En la muestra por conveniencia se recurre a casos disponibles a los cuales se tiene acceso” (Sampieri, 2010, pág.401). El corpus busca casos de series web disponibles a los cuales se tiene acceso por la plataforma abierta YouTube, pero que fueron escogidos selectivamente según las necesidades de

la Oink por Oink. La muestra se empezó a trabajar paralelamente al estado del arte creativo audiovisual. Mientras se revisaban los productos e investigaciones que se habían hecho en torno al tema, también se elegía qué contenidos eran idóneos para conformar una muestra a analizar, que cumpliera con la mayor cantidad de las siguientes características:

1. Que sea un contenido audiovisual seriado para la web, de preferencia alojado en YouTube
2. Que su género sea humor de actualidad o humor político
3. Que hayan sido producidos en la última década y que su producción aún esté vigente.
4. Que cuente con nuevas aplicaciones y exploraciones de elementos audiovisuales comunicativos, especialmente en cuanto a lenguaje y narrativas.

Sumado a lo anterior, un rasgo importante, más no decisivo, se esperaba que las series provinieran de distintos panoramas nacionales e internacionales, con el fin de analizar la incidencia sociocultural que hay en la consolidación del mensaje y discurso audiovisual.

Valiéndome de una tabla de registro categorizado, un instrumento empleado para el orden y la esquematización, se ubicaron los referentes que arrojó la búsqueda. Posteriormente se escogió cuáles de ellos eran ideales para conformar el estado del arte, y de este último se distinguió las series web que cumplían más ampliamente los anteriores criterios mencionados. De esta manera el corpus audiovisual quedó conformado por *Hola soy Danny (2016)*, *Peter Capussoto y sus videos (2010)* y *Peter Coffin (2006)*.

El corpus está integrado por 5 capítulos de cada serie, escogidos bajo diferentes fechas de publicación. Con la muestra consolidada se espera llegar a una abstracción de los elementos audiovisuales comunicativos que alimentarán la propuesta audiovisual y el discurso que tendrá Oink por Oink. Ya teniendo lista una muestra que soporte la investigación, se continúa con el diseño metodológico en función de cada objetivo específico.

En primer lugar, es importante aclarar que bajo la filosofía de adecuación, autonomía y pensamiento estratégico que guían el desarrollo de este trabajo de grado, de los cinco capítulos que conforman la primera temporada de Oink por Oink, sólo son dos, más un teaser promocional, los productos audiovisuales que sobrepasarán el umbral de la guionización para continuar con el proceso de rodaje, hasta consolidarse en un producto listo para la web.

El primer objetivo específico es el más largo y complejo, pues construye los cimientos narrativos de Oink por Oink, la construcción de sus personajes, el diseño del universo, el tratamiento audiovisual, la guionización, el estudio del público objetivo y su contexto sociocultural, entre otras bases. El principal método escogido es el análisis de piezas audiovisuales, correspondiente al corpus audiovisual. Lo que se busca es analizar sus elementos audiovisuales comunicativos, bajo el enfoque de la construcción narrativa de sus guiones. El instrumento desarrollado para ello es una tabla de análisis comparado que funciona también bajo el enfoque de la construcción narrativa de sus guiones. Algunas de las categorías que conforman la tabla, ya que aún es un instrumento en construcción, son: duración de capítulo, número de personajes, tono comunicativo, lenguaje verbal y no verbal usado, tipo y claves de humor.

Un segundo método aliado al análisis de piezas audiovisuales de este primer objetivo específico, es el análisis de literatura científica. Su función es proporcionar un bagaje temático a profundidad en algunos campos para apoyar la construcción de los guiones de Oink por Oink, entendiendo que deben responder a un contexto histórico y sociocultural para crear críticas y reflexiones a través del humor. Para ello se propone una pequeña muestra de textos académicos escritos en los últimos diez años, en tres temas específicos que son:

- El universo narrativo del contenido audiovisual de Jaime Garzón, por ser uno de los más notables representantes del humor político en Colombia, con una profunda lectura de su realidad y adelantado ingenio humorístico para su época. Si bien Garzón es anterior al fenómeno de las series web, su propuesta tiene elementos audiovisuales comunicativos que son importantes de analizar.
- Las generaciones Y y Z en Colombia, porque ellas constituyen el público objetivo. El correcto análisis de su comportamiento y estudio de rasgos socioculturales, proporcionarán hallazgos fundamentales para la conceptualización de Oink por Oink.
- La incidencia social de las series web, porque de ello depende el impacto social que se persigue diagnosticar, al igual que la diferenciación del impacto cultural que tienen las series web, comparada con los medios tradicionales en especial la televisión

El análisis de literatura científica se llevará a cabo mediante un cuestionario que propone preguntas puntuales, y que serán respondidas mediante textos y reflexiones resultantes del ejercicio de lectura. Las respuestas a este cuestionario guía proporcionará un entendimiento a

profundidad sobre los temas en cuestión, que será de gran utilidad en la construcción de los guiones de Oink por Oink.

El segundo objetivo específico va acorde con el proceso de producción audiovisual, e indaga por los elementos audiovisuales necesarios para consolidar una propuesta de puesta en escena e imagen, con ello el rodaje de los productos de Oink por Oink. El principal método escogido es el análisis de piezas audiovisuales, correspondiente al corpus audiovisual. En esta ocasión se busca analizar sus elementos audiovisuales comunicativos, bajo el enfoque de la puesta en escena y criterios de lenguaje audiovisual autóctonos de la web. El instrumento escogido es nuevamente una tabla de análisis comparado que también funciona bajo el enfoque de la puesta en escena y criterios de lenguaje audiovisual. Algunas de las categorías que conforman la tabla, ya que aún es un instrumento en construcción, son: puesta en cuadro, iluminación, locaciones, criterios técnicos de registro de fotografía, formato de imagen, planimetría, angulación, movimiento de cámara, manejo de fuera de campo, criterios de diseño sonoro (musicalización, registro técnico, sonido diegético y extradiegético) y criterios de arte (paleta de colores, vestuario, maquillaje, escenografía, utilería).

El segundo método aliado al análisis de piezas audiovisuales del segundo objetivo específico, son los ejercicios de aproximación al género y formato. Aludiendo a los paradigmas de la comunicación en entornos web, al Oink por Oink ser una propuesta de serie web *videoblog*, la puesta en escena se construye bajo acciones específicas de interacción: el rompimiento de la cuarta pared, la manipulación del plano en tiempo real, la evidencia de las “costuras audiovisuales¹²”. Por esta razón la función de este método aliado es proporcionar una familiarización experimental con el humor de actualidad y el formato de serie web *videoblog*.

Aquí el protagonista llevará a cabo cinco simulacros de generación de contenido web interactivo en tiempo real, con estrategias como el *streaming* llevado a cabo por el equipo de realización. La información que se busca recolectar es en torno a variables como el comportamiento de un grupo focal ante un contenido, y su reacción ante las propuestas de humor planteadas. Por otra parte, además de ser un ejercicio de familiarización con el entorno web y su paradigma comunicativos, es un simulacro de interrelacionamiento entre elementos audiovisuales que se proponen, de modo que se pueda testear la información que sólo otorga la

¹² Este término alude a cuando se deja en evidencia procesos de producción, equipos técnicos o imperfecciones, de modo que el detrás de cámara no se esconde y se convierte en otro valor narrativo.

práctica. La información recogida en cada simulacro se sistematizará en una bitácora que rescate reflexiones pertinentes según el criterio del autor. Con ello se busca nutrir la propuesta de puesta en escena de Oink por Oink, a partir de una experiencia práctica que reúna y testé los esfuerzos del equipo realizador.

El tercer objetivo específico va acorde con el proceso de postproducción audiovisual, y se indaga por los elementos audiovisuales de montaje. El principal método escogido es el análisis de piezas audiovisuales, correspondiente al corpus audiovisual. En esta ocasión se busca analizar sus elementos audiovisuales comunicativos, bajo el enfoque de montaje y edición. El instrumento escogido es nuevamente una tabla de análisis comparado que funciona bajo este mismo enfoque. Algunas de las categorías que conforman la tabla, ya que aún es un instrumento en construcción, son: puesta en montaje, administración de las imágenes, ritmo, continuidad, efectos digitales, colorización, sonido de postproducción, *motion graphics*, diseño de interfaz, animación, graficación y créditos.

Como se podrá ver, la metodología y los instrumentos son similares, pero se diferencian en sus enfoques con el fin de que puedan dar respuesta a cada uno de los objetivos específicos de esta investigación. Su funcionamiento y proyección es similar, pero su enfoque temático es suficiente para hacer que cada tabla de análisis comparado sea única.

A continuación se muestra un ejemplo de tabla de análisis comparado genérica. El proceso de recolección de información en cada tabla se llevará a cabo analizando el corpus bajo cada enfoque, y se registrará con datos sintetizados dentro de las celdas de la tabla. La tabla 1 es un ejemplo gráfico que da una idea general sobre el funcionamiento del instrumento.

Tabla de análisis comparado según X enfoque	Capítulos	Categoría 1 según el enfoque del objetivo específico	Categoría 2 según el enfoque del objetivo específico	Categoría N según el enfoque del objetivo específico
Serie X del corpus	Capítulo 1 de la serie X	Información sintetizada	Información sintetizada	Información sintetizada
	Capítulo 2 de la serie X	Información sintetizada	Información sintetizada	Información sintetizada

	Capítulo 3 de la serie X	Información sintetizada	Información sintetizada	Información sintetizada
	Capítulo 4 de la serie X	Información sintetizada	Información sintetizada	Información sintetizada
	Capítulo 5 de la serie X	Información sintetizada	Información sintetizada	Información sintetizada

Tabla 1. Tabla genérica de análisis comparado Fuente: Autoría propia

El procesamiento de la información recolectada se hará contrastando los datos de la tabla, y a partir de ello generar interpretaciones y enunciaciones propias. La ventaja de las tablas de análisis comparado es que funcionan tanto como un instrumento de esquematización y categorización, como una bitácora que alberga un resumen global del análisis.

Los hallazgos producto del análisis de piezas audiovisuales a través de las tablas de análisis comparado, serán la materia prima para tomar las decisiones que construirán los capítulos de Oink por Oink. Dichos hallazgos se sintetizarán en un informe que arrojaría un producto en sí mismo, el cual se llamará “Pastel para una serie web de humor de actualidad”, una especie de propuesta de manual de bolsillo sobre elementos audiovisuales comunicativos para la construcción de series web de humor de actualidad. El mencionado producto se sumaría a la entrega de los demás productos originales de Oink por Oink.

La metodología brinda un plan de acción tangible a través del cual se puede llevar a cabo la realización de los productos.

11. Aplicación metodológica

El punto de partida para la aplicación de la metodología previamente expuesta es una claridad que se me hizo durante la sustentación de Oink por Oink, en su etapa de formulación de proyecto correspondiente al curso “Proyecto de grado I”, etapa previa al proceso de ejecución del proyecto en “Proyecto II”. La claridad fue que es un proceso que espera resultados a partir de una linealidad de trabajo, con una causalidad no necesariamente predecible que está abierta a alterarse por factores externos, o bien por encontrar hallazgos inesperados que significaran la reorientación del proyecto. Como con todo proceso de investigación creación, la metodología

brinda una guía de procedimiento que no reemplaza a la realidad, a la que es la misma ejecución del proyecto a la que se encargará de aproximarse.

La primera actividad realizada fue la definición de las categorías correspondientes a los elementos audiovisuales comunicativos según cada uno de los 3 enfoques, que se pondrán en tres tablas distintas. Estas categorías permitirían escoger los parámetros bajo los cuales se escogerían los 5 capítulos de cada una de las 3 series que integran el corpus. A continuación se presentan las categorías que a su vez son los elementos audiovisuales comunicativos de los contenidos web sobre los que se busca investigar. La organización se realizó a partir de una taxonomía que distingue entre 3 categorías principales que corresponden a los 3 enfoques, de los cuales se desprenden distintas subcategorías correspondientes a los elementos audiovisuales comunicativos.

1. Enfoque de construcción narrativa de guiones

1.1 ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO

Duración del capítulo, además de cómo se dosifica el tiempo en segmentos narrativos de tal manera que haya una distribución idónea para la transmisión del contenido.

1.2. TRATAMIENTO DE PERSONAJES

Número de personajes que intervienen, tanto principales como de reparto. También la jerarquía que tienen entre ellos en donde cada personaje cumple una función en relación con la historia y el argumento. También cualidades especiales del personaje, en casos en los que el personaje no es necesariamente una persona sino un ente personificado.

1.3 TONO COMUNICACIONAL

El tono general en que se mantiene la interlocución con el usuario, si es informal, técnica, “parcereaada”.

1.4 LENGUAJE VERBAL

Manera en cómo se articula el lenguaje verbal en la progresión del capítulo. Se hace especial énfasis en cómo se construyen los diálogos, cómo se interactúa entre los personajes, la entonación, el ritmo, el léxico, entre otros.

1.5 LENGUAJE NO VERBAL

Manera en cómo las miradas, los gestos y demás expresiones corporales se articulan en la transmisión del mensaje o complemento de una idea.

1.6 TRATAMIENTO HUMORÍSTICO

Es el hincapié en el toque humorístico que está presente en el capítulo. Qué estrategias maneja, qué tipo de humor, bajo qué soportes se manifiesta ese humor, y cómo el humor se relaciona con la generalidad del capítulo. Se puede incluir también la opinión subjetiva del autor sobre qué recursos humorísticos considera más funcionales.

1.7 RELACIÓN TEXTO SUBTEXTO

Cómo se maneja la relación del fondo (subtexto) con los soportes explícitos (forma) mediante los cuales la historia descansa en el argumento.

1.8 CONTEXTO SOCIO POLÍTICO

Relación del tratamiento general del capítulo con el tema socio político en torno al cual se busca hacer sátira o humor de actualidad.

2. Enfoque de puesta en escena y criterios de lenguaje audiovisual

2.1 PUESTA EN CUADRO

La relación entre los elementos que componen el encuadre de la imagen, que cosas son constantes y cuáles no, y también si dicha relación funge como un componente que apoye la narración.

2.2. ILUMINACIÓN

La manera en cómo se ilumina los elementos dentro del encuadre, si hay esquemas definidos, luces de colores o movimientos con las luces, si predomina la luz artificial o natural o si hay algún elemento particular de iluminación que apoye la narración.

2.3 LOCACIONES

Naturaleza y rasgos concretos de los lugares donde se lleva a cabo las grabaciones para el capítulo. Si es un espacio construido, natural, urbano, y como dicho entorno influye en la narración.

2.4 DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA

Generalidades en torno a la propuesta fotográfica que se ejecuta en el capítulo; formato de imagen, relación de aspecto, planimetría, angulación, movimiento de cámara, temperatura de color, encuadres especiales, equipo técnico (si es posible saberlo).

2.5 FUERA DE CAMPO NARRATIVO

El manejo y la relevancia que tiene el fuera de campo, siendo los elementos comunicativos que se sugieren fuera del encuadre, y que plantean una relación directa con los elementos o las acciones que se ejecutan dentro del encuadre.

2.6 DISEÑO SONORO

Generalidades en torno a la propuesta sonora que se ejecuta en el capítulo; musicalización, registro técnico (si es posible saberlo), sonido diegético y extradiegético.

2.7 DIRECCIÓN DE ARTE

Generalidades en torno a la propuesta de arte que se ejecuta en el capítulo; maquillaje, vestuario, escenografía, utilería, paleta de color, composición y armonía, texturas, equilibrios espaciales. Esta parte guarda estrecha relación con la categoría de la puesta en cuadro.

2.8 ACCIÓN CONNOTATIVA CONJUNTA

Es una descripción breve sobre cómo todos estos elementos audiovisuales comunicativos de puesta en escena, configuran una unidad comunicativa, el mensaje holístico que el capítulo comunica.

3. Enfoque de montaje y edición

3.1 PUESTA EN MONTAJE

Generalidades sobre la propuesta de montaje que se maneja, si hay montajes paralelos o alternos, división de la imagen, preponderancia de los cortes rápidos al estilo “youtuber”, o bien a dejar planos largos y contemplativos. En general las herramientas que sirvan para dosificar la información ya registrada para que el mensaje sea lo más digerible posible.

3.2. ADMINISTRACIÓN DE LAS IMÁGENES DE ARCHIVO

Uso y relación que se dá entre el material de archivo, imágenes registradas o bien material mixto.

3.3 RITMO

El ritmo que maneja el capítulo en su generalidad, si es ágil, pausado, y si este se mantiene constante o no.

3.4 CONTINUIDAD

Si hay rigurosidad al mantener el racor, tanto en los elementos de la puesta en cuadro como en las emociones y drama dentro del capítulo.

3.5 CRÉDITOS

Manejo que se da a los créditos, la cantidad de información que muestra y si hay estrategias creativas para hacerlo como los *motion graphics*.

3.6 COLORIZACIÓN

Retoque de color (si es que lo hay) que se le da al final para resaltar detalles, tonos o bien darle el look deseado.

3.7 SONIDOS DE POSTPRODUCCIÓN

Gama de sonidos que no tienen una apuesta narrativa demarcada más que para generar dinamismo entre los planos, y que bien pueden aparecer en la post sin pensarse necesariamente desde el guion. Están efectos, cortinillas y fragmentos musicales que complementan las acciones y apoyan la narración. Es en la post donde se toman decisiones respecto a ellos en función de su comicidad y del gancho que puedan generar con el usuario.

3.8 DISEÑO DIGITAL

Aporte desde el componente digital y diseño gráfico del capítulo como un elemento estético que identifica la personalidad de la serie en general. Se registran elementos como la interfaz web (si la hay), graficación, animación y efectos digitales para complementar la dirección fotográfica. Se destaca dentro de todo, el uso de la pantalla verde.

Una vez asimiladas estas categorías, se procedió con la visualización de varios capítulos de cada una de las 3 series en su respectivo canal de YouTube. La búsqueda era de 5 capítulos que se destacan por una presencia generosa, a simple vista, de la mayor cantidad posible de elementos audiovisuales comunicativos articulados dentro de una misma intención comunicativa. A continuación se exponen los capítulos que fueron escogidos para conformar el corpus de series web, los cuales se encuentran recopilados en el apartado de anexos. (*Ver anexo 1: Corpus audiovisual*)

En la serie web *Hola soy Danny*, se seleccionaron los capítulos:

- Capítulo 1 "Mi primer video XXX: No apto para menores de 40". Publicado el 05/09/16
- Capítulo 2 "Noticias U, un noticiero para fachos". Publicado 09/12/19
- Capítulo 3 "Me disfracé de Duque y esto pasó". Publicado el 07/08/19
- Capítulo 4 "Premios Duque del año". Publicado el 02/09/19
- Capítulo 5 "Comprando votos para Juanpis Gonzales". Publicado el 19/09/19

En la serie web *Peter Capusotto y sus videos*, se seleccionaron los capítulos:

- Capítulo 6 "La línea de Zeus - Programa número 54". Publicado el 28/09/19
- Capítulo 7 "El nuevo canal Encuentro". Publicado el 28/09/19
- Capítulo 8 "Mi hija es trolol". Publicado el 12/10/15
- Capítulo 9 "Violencia Rivas - Programa número 54". Publicado el 28/09/19
- Capítulo 10 "Micky Vainilla y la pobreza - 8º Temporada (2013)". Publicado el 11/11/13

En la serie web *Peter Coffin*, se escogieron los capítulos:

- Capítulo 11 "Welch's Gen X Man Grapes | Adversaries⁷⁶". Publicado el 31/10/18
- Capítulo 12 "Taking The Red Pill... BACK | Very Important Docs". Publicado el 31/10/19
- Capítulo 13 "Self-Help | Very Important Docs¹⁸". Publicado el 01/01/19
- Capítulo 14 "Media Representation | Very Important Docs". Publicado el 30/04/19
- Capítulo 15 "Cultural Appropriation and The Spectacle | Very Important Docs". Publicado el 28/10/18

Una vez conformado el corpus, el siguiente paso era desarrollar el método de análisis de piezas audiovisuales mediante las tablas de análisis comparado, según lo indicado por cada objetivo específico. Si bien los objetivos específicos tienen un orden lógico secuencial, su ejecución no es necesariamente cronológica. Ya que para los 3 ejercicios de análisis de piezas audiovisuales se requería usar el mismo corpus. Bajo el principio de pensamiento estratégico se decidió operativizar el proceso para tener que analizar el corpus sólo una vez en vez de tres. Cada uno de los objetivos específicos se dividió en dos partes. La primera giraba en torno a un análisis del corpus mediante las tablas, una abstracción de elementos audiovisuales comunicativos y la consecuente construcción del “Pastel para una serie web de humor de actualidad”. La segunda parte de cada objetivo específico respondía más al proceso de creación audiovisual correspondiente a cada etapa: guion y universo narrativo para la preproducción, criterios de lenguaje audiovisual y puesta en escena para la producción y propuesta de montaje de productos web para la postproducción. En este orden de ideas, se ejecutó al mismo tiempo la primera parte de cada objetivo específico, para que más adelante se pudiera concentrar la

atención en la realización escalada de los productos audiovisuales y no sólo esto, sino también la elaboración de la primera versión de la Biblia de producción de Oink por Oink que, de igual manera, se alimentaría de los hallazgos recopilados en el Pastel. La biblia es un texto que reúne elementos de diseño narrativo y de universo, diseño de producción, identidad y proyección a futuro de un producto audiovisual, en este caso de Oink por Oink, más allá del entorno académico en el que se ubica este proyecto actualmente. La Biblia se escribirá paralelamente a todo el proceso creativo, a las experiencias, aprendizajes, hallazgos y conclusiones que este proyecto arroja en el transcurso de su ejecución.

De esta manera se ejecutó la primera parte de los tres objetivos específicos, haciendo el análisis de piezas audiovisuales soportado en las tablas de análisis comparado. La actividad llevó tiempo, puesto que según el modelo de tablas de análisis comparado, el contraste de 15 capítulos (5 por cada una de las 3 series) con 24 categorías (8 por cada tabla) resulta en la documentación de 360 elementos de análisis. (*Ver anexo 2: “Tablas de análisis comparado”*).

Una vez realizado el análisis de piezas audiovisuales, se procedió con la interpretación de datos cualitativos brutos, seguido de un proceso de ideación y redacción que desembocará en la escritura del “Pastel para una serie web de humor de actualidad”. La importancia de la creación del Pastel radica tanto en que es el primer aporte epistemológico del proyecto de grado al mundo, como también ser el insumo principal que abre las puertas a la edificación del componente creativo de Oink por Oink.

En este componente creativo también se ubica el inicio de la paulatina y progresiva escritura de la primera versión de la Biblia de producción, al igual que la búsqueda de un equipo de trabajo para el proceso de rodaje tradicional y la producción de los contenidos audiovisuales que respaldan este trabajo de grado. Haciendo énfasis en la búsqueda del equipo de trabajo, es en esta etapa donde se consolida un equipo base de producción al que se denominaría “Equipo del primer impulso” del cual se detalla en el apartado de las memorias.

Continuando con la aplicación de la metodología, el paso siguiente fue ejecutar el segundo componente de cada objetivo específico orientado a la creación.

Dentro del primer objetivo específico se procedió con el segundo método aliado, el análisis de literatura científica. Primero se llevó a cabo la creación del cuestionario que enunciaría las necesidades epistemológicas precisas, luego una búsqueda de textos, artículos y ensayos, cuya lectura sea pertinente para dar respuestas concretas a las preguntas del

cuestionario. Las áreas temáticas específicas y las respectivas preguntas que integraron el cuestionario fueron:

A. La incidencia social de los contenidos de YouTube en Colombia y los hábitos de consumo de contenido audiovisual web en los jóvenes:

1. ¿Cómo influyen los contenidos audiovisuales web de YouTube en los hábitos de consumo de contenidos audiovisuales en los jóvenes colombianos?
2. ¿Cómo los contenidos audiovisuales de YouTube transforman las lógicas sociales de creación y circulación de contenido audiovisual?

B. La descripción de las generaciones Y y Z en Colombia con sus hábitos de consumo de contenido audiovisual web:

3. ¿Qué caracteriza actualmente a las generaciones Y y Z en Colombia ?
4. ¿Cómo se describen en la actualidad los hábitos de consumo audiovisual web de las generaciones Y y Z en Colombia?

C. El universo narrativo e impacto cultural de los contenidos audiovisuales televisivos del humorista Jaime Garzón en Colombia.

5. ¿Qué caracteriza la propuesta de humor político de Jaime Garzón, en cuanto a su forma y fondo, y cómo esta influiría en los contenidos audiovisuales de humor político y de actualidad posteriores?

Los textos, artículos y ensayos escogidos para dar respuesta a los anteriores interrogantes, según su área temática específica fueron:

A. La incidencia social de los contenidos de YouTube en Colombia y los hábitos de consumo de contenido audiovisual web en los jóvenes

- Televidencias juveniles en Colombia: fragmentación generada por un consumo multicanal (2009) de German Arango Forero y , Manuel Ignacio González Bernal
- Apropiación y hábitos de consumo de jóvenes en Colombia frente al contenido de los youtubers (2018) de Orlando González Gómez.
- La reconfiguración del campo cultural, Lógicas sociales de creación y circulación del audiovisual en Internet (2010) de Juan Calvi

B. La descripción de las generaciones Y y Z en Colombia con sus hábitos de consumo de contenido audiovisual web

- La identidad cultural, el estilo de vida y las prácticas de consumo frente al uso de la plataforma digital “YouTube” en jóvenes pertenecientes a las generaciones Y y Z (2018) de Natalia Estefanía Yepes Gómez e Iván Rodolfo Sierra Cardozo
- Centennials : generación sin etiquetas (2019) de Carlos Andrés Arango Lozano.
- Nativos digitales: Consumo, creación y difusión de contenidos audiovisuales online (2018) de Ainhoa Fernández de Arroyabe Olaortua, Iñaki Lazkano Arrillaga y Leyre Eguskiza-Sesumaga
- El millennial colombiano no es como lo pintan (2018) de Diego Gonzales Miranda, Jorge Giraldo Arango, Pablo Román Calderón, Gustavo García Cruz y Oscar Gallo Vélez.
- Estas son las preocupaciones de los 'millennials' colombianos (2019) de Edgar Medina.
- La generación de los millennials frente al consumo socialmente responsable (2016) de Mónica Peñalosa Otero y Diana López Celis.

C. El universo narrativo e impacto cultural de los contenidos audiovisuales televisivos del humorista Jaime Garzón en Colombia.

- Historias de un sátiro posmoderno: Quac el noticero y Jaime Garzón en la Colombia de los años noventa (2017) de Fabián Ortegón Vargas
- La Banda Francotiradores: cuando la política es cosa de risa (2009) de Juliana Plata Sánchez.

Una vez leídos los textos de cada área, se procedió a responder, punto por punto, las preguntas planteadas dentro del cuestionario, resultando así en un texto de gran utilidad para la construcción de los guiones para los contenidos audiovisuales.

El siguiente paso dentro de la metodología fue la construcción de los guiones. Esta fue una etapa de creación colectiva del equipo del primer impulso, en donde se tenía reuniones regulares para la discusión de temas de actualidad. Sumado a esto, el Pastel para una serie web de humor de actualidad y el bagaje obtenido tras el rastreo bibliográfico en áreas específicas, proporcionaban un escenario ideal para la construcción de los guiones.

Según el principio de adecuación, la decisión de escribir los guiones de sólo 3 contenidos audiovisuales para su realización, resultó en la escritura de los guiones de un teaser promocional, y de los dos primeros capítulos que conforman la primera temporada de Oink por Oink. El resto de contenidos que no se realizarán dentro del marco académico de este trabajo de grado serán registrados en la Biblia de producción junto con otros elementos constituyentes del universo narrativo y de identidad del proyecto.

Continuando con el segundo objetivo específico, se procedió a desglosar los guiones y elementos narrativos de la preproducción para enfocarlos en materia de su rodaje. El Pastel fue el sustento para los criterios de puesta en escena e imagen de los capítulos por realizarse. Paralelo a esto, el equipo del primer impulso evolucionó a un número más grande de personas con quienes se pudiera distribuir roles de trabajo para un flujo de trabajo tradicional. De esta manera se establecieron los departamentos creativos que prepararían una propuesta complementaria para el rodaje a partir de su propia interpretación de los guiones. Cabe resaltar que estos departamentos gozaban de libertades creativas para proponer y de esta manera hacer del proyecto un escenario de creación colectiva.

Dentro de este segundo objetivo específico, el método aliado de ejercicios de aproximación al género y formato comenzó a ejecutarse. Se llevó a cabo un simulacro corto de generación de contenido web, que si bien no pudo ser transmitido vía *streaming* por carencias técnicas, fue documentado y presentado ante un grupo focal integrado por los compañeros de

semestre y profesores con el fin de recibir una retroalimentación integral sobre el contenido. El título del simulacro fue “La transformación de Lolo”. (*Ver anexo 3: La transformación de Lolo*).

Se esperaba continuar con la ejecución de este método para la consecución de los 4 simulacros restantes, a la par de las reuniones por departamento proyectadas al rodaje cuando ocurrió un suceso inesperado y, sin miedo a exagerar, que partió el curso de todo el proyecto de grado en dos. Se decretó pandemia mundial por el nuevo coronavirus COVID-19, resultando en una cuarentena obligatoria que prohibió el ingreso a la universidad de Antioquia. Si bien hasta el momento se llevaba un ritmo relativamente acorde al cronograma establecido, con pequeños retrasos que se registraban dentro de otro cronograma interno más dinámico, esta emergencia alteró todas las actividades académicas congelando indefinidamente la metodología hasta encontrar una solución.

Luego de un letargo de casi mes y medio, se retomó el proyecto a partir de la ideación de soluciones coherentes con la fuerza de trabajo, el tiempo, los alcances y las medidas de bioseguridad que se debían tener presentes en todo momento. Primero se hizo una reorientación metodológica que contemplaba la generación de otro tipo de contenidos de menor duración y complejidad, a realizarse dentro de mi domicilio y que puedan ser apoyados por el equipo a partir del teletrabajo. Producto de estas nuevas circunstancias, la conformación del equipo de trabajo también se vio afectada dejando un número más reducido de personas con participación activa, cosa que conllevó a redistribuir roles y en mi caso asumir nuevas tareas y responsabilidades. De la misma manera hubo una reelaboración del cronograma y del presupuesto que estuviera en sintonía con mi realidad y en coherencia con las rutas estratégicas planteadas por la Universidad de Antioquia.

Fue necesario adelantar nuevamente una investigación, aunque mucho más corta, para la escritura de los “Cuarentellings”, los nuevos contenidos para rodar dentro de la cuarentena. De igual manera unos contenidos audiovisuales menores que serían la equivalencia de los antiguos ejercicios de aproximación al género y formato adaptados a estas nuevas condiciones.

Retomando así el segundo objetivo específico, este se re adaptó a las condiciones materiales del espacio de grabación al igual que a la re distribución de roles, tareas y tiempos de

ejecución. A partir del Pastel, se plantearon criterios de puesta en escena e imagen para el rodaje de estos nuevos contenidos. Se consiguieron los insumos plásticos y técnicos para llevar a cabo el rodaje y según el nuevo cronograma establecido, los Cuarentellings y los productos menores fueron rodados exitosamente. En el caso de los productos menores se rodaron unos que no estaban planeados y que surgieron espontáneamente, como también se dejaron de rodar unos contenidos que sí habían sido planeados.

Otra de las re adaptaciones que tuvieron los antiguos ejercicios de aproximación al género y formato es la documentación audiovisual de los ensayos que se hicieron antes del rodaje, testeando la interpretación actoral además de las propuestas fotográfica, sonora y artística. Dichos ensayos fueron igualmente socializados ante un grupo focal compuesto por el equipo de producción y el asesor del trabajo de grado. (*Ver en anexo 4: Ensayos pre rodaje*).

Una vez teniendo rodado el material audiovisual, se procedió con la fabricación de las piezas gráficas correspondientes a la identidad visual de Oink por Oink, como el logo, los créditos, y el imagotipo; posteriormente la creación de las piezas sonoras para los capítulos como las cortinillas sonoras, la canción original y los paisajes sonoros. Tanto las piezas sonoras como gráficas están pensadas para la etapa de postproducción que viene a continuación.

Siguiendo con la ruta metodológica se procedió a ejecutar el componente creativo del tercer objetivo específico correspondiente a la postproducción de los Cuarentellings y los contenidos menores. La posproducción fue orientada por una propuesta de montaje construida a partir del Pastel. Durante el montaje fueron articuladas las piezas gráficas y sonoras con las que se empezaría a consolidar la identidad de Oink por Oink. Una vez la postproducción de los Cuarentellings y los contenidos menores finalizó, se culminó con el tercer objetivo específico resultando en 5 productos audiovisuales para entornos digitales.

En este punto también se culminó la escritura de la Biblia de producción que se estaba escribiendo paralelamente a todo el proceso de investigación creación. La primera versión de la Biblia de producción reunió los siguientes ítems que se exponen a continuación de forma básica:

1. Descripción
2. Diseño narrativo

3. Diseño de producción
4. Ecosistema de medios
5. Propuesta estética de producción
6. Proyección del proyecto
7. Perfil del público objetivo
8. Guiones
9. Créditos
10. Anexos

El proceso de socialización no se había contemplado dentro de los objetivos específicos ni de la metodología del proyecto, más allá de la sustentación pública y la entrega de los productos. Apelando al principio de autonomía, se decidió que se publicarían los contenidos audiovisuales junto a material extra en plataformas digitales. Al principio se contemplaba la publicación de contenidos en clave de una estrategia digital, la cual se detalla en la Biblia, no obstante, tanto la capacidad del proyecto, como la mía propia, fueron insuficientes para abarcar este propósito. Por tal motivo se decidió la publicación de contenidos en 3 plataformas digitales, YouTube, Instagram y Facebook; como si estas fueran un repositorio público que inauguraba el contacto de Oink por Oink con los ecosistemas digitales. Si bien esto marcaría la activación de las páginas de Oink por Oink careciendo de una estrategia digital que permita publicaciones constantes, no representaría el nacimiento oficial de la serie puesto que aún debe responder a sus propósitos académicos prioritarios como proyecto de grado. El nacimiento oficial de Oink por Oink se proyectará en un futuro cercano una vez se haya superado su faceta de trabajo de grado, como una página con movimiento constante y con propósitos de ser un emprendimiento sostenible.

12. HALLAZGOS

Dentro de los hallazgos se ubica un balance de la aplicación metodológica en clave de lo que se encontró, tanto esperada como inesperadamente, los problemas, las soluciones y la posición que asumí ante todo el proceso desde mi rol de investigador creador. De igual manera,

se ubican reflexiones en torno a los resultados obtenidos en términos de las piezas audiovisuales, el aporte al medio y a nivel personal.

La definición de los elementos audiovisuales comunicativos según cada uno de los 3 enfoques fue una categorización muy intuitiva, producto de una reflexión sobre los ítems que dialogaban activamente dentro de cada etapa del flujo de producción. No obstante, también acudí a un bagaje construido a lo largo de la carrera donde recordaba recursos, herramientas y dispositivos audiovisuales que consideraba relevantes para este proceso, y dentro de ellos, identificar claramente en qué me gustaría que se destacara Oink por Oink.

La selección de capítulos que integrarían el corpus fue un proceso de abundante visualización de contenido. Según las directrices que me daban las categorías, la búsqueda estaba orientada en encontrar capítulos que reunieran dichas características, que a su vez tuvieran una variedad temática y hubieran sido publicados en distintos periodos de tiempo.

La selección de capítulos de la serie *Peter Capussoto y sus videos* tenía la particularidad de que no era contenido exclusivo de la web. De hecho, nació como contenido televisivo que migró a la web teniendo aún presencia en la televisión. Esto llevó a reconsiderar si efectivamente cumplía con las condiciones para integrar el corpus, resultando en un hallazgo sobre la naturaleza de sus elementos audiovisuales comunicativos. Tanto como habitar ecosistemas digitales, lo que le imprime el formato web a un contenido es la conciencia sobre su lenguaje, recursos y discurso audiovisual unificados dirigidos a la web, y esto era algo que *Peter Capussoto y sus videos* manejaba independientemente de su medio y de manera adelantada para su tiempo, razón por la cual continuó haciendo parte del corpus.

Con *Peter Coffin* también presentó una particularidad que lo diferenciaba de las otras series. Tanto su idioma inglés como su intención comunicativa explícita a un público estadounidense, particulariza los elementos audiovisuales comunicativos, al igual que el tipo de humor, temas y posturas para abordar dichos temas. Esta particularidad creó un matiz interesante en el corpus que valía la pena incluir.

Como se mencionó anteriormente, bajo el principio de pensamiento estratégico se decidió ver el corpus una sola vez abordando los 3 enfoques, en vez de visualizarlo 3 veces, una por cada enfoque y separadas con un tiempo prudente. Esta decisión se tomó porque de haber visualizado el corpus en 3 ocasiones se hubiese fragmentado mucho la investigación y desordenado el ritmo de la metodología. Acompañando esta decisión, también se dividió cada

objetivo específico en 2 enfoques, uno investigativo y otro creativo. Las ventajas de esta medida fueron el ahorro de tiempo por una parte, y por otra, manejar un orden que permitía concentrar la atención en el método de visualización de contenidos audiovisuales en sólo un momento de la investigación.

El análisis de piezas audiovisuales tomó más tiempo del presupuestado debido a la subestimación de la carga laboral, que demandaba hacer pausas regulares para evitar saturarse de contenido que llevaran a lecturas poco acertadas. Las tablas de análisis comparado fueron un instrumento fundamental puesto que permitían sistematizar los datos de manera que fueran fáciles de agrupar e interpretar. Los hallazgos más relevantes e inesperados dentro de los datos obtenidos fueron sobre la variedad en los planos sonoros, la importancia de una buena iluminación y el uso de efectos digitales.

Los datos de las tablas llevaron a plantearse un nuevo cuestionamiento sobre la investigación, si se estaba haciendo una indagación por una narrativa audiovisual para la web, o un lenguaje audiovisual para la web. La narrativa se enfoca en el “cómo” abarcar y administrar un relato para su correcta comunicación, en cambio el lenguaje habla de “con qué” herramientas, mecanismos, dispositivos y recursos se cuenta para poder abarcar dicho relato. La indagación de este trabajo de grado es por el lenguaje, no obstante una vez consolidado un lenguaje y estilo propios, lo consecuente sería preguntarse por una narrativa audiovisual web propia, que se pregunte cómo abarcar los temas de cada capítulo mediante los elementos audiovisuales comunicativos con los que ya se tiene manejo. Podría decirse que la búsqueda por una narrativa audiovisual web es un efecto de la búsqueda por un lenguaje audiovisual web.

Otro hallazgo relevante de las tablas de análisis comparado, fue la diferencia existente entre el humor como un género y como un tono comunicativo. El humor como género asociado a la comedia y la risa es la acepción más común de la palabra, en cambio el humor como tono comunicativo habla más de la manera cómica, didáctica, fresca o graciosa con la que se habla sobre cualquier tema. Oink por Oink indaga sobre el humor como género, sin embargo se tiene la claridad de que el humor como tono comunicativo es un factor esencial dentro del género, más aún en los contenidos digitales donde se puede encontrar como un factor recurrente dentro de las expresiones y del lenguaje verbal.

Este tipo de hallazgos permiten ver que este método no perseguía el análisis del corpus audiovisual en sí mismo como un objeto, sino de la amplia gama de conceptos que

representados en un proceso inductivo, responden a una necesidad de conocimiento. En este sentido es acertada la figura del “Pastel para una serie web de humor de actualidad”, pues dispone los hallazgos de modo que estén a la mano tanto para esta investigación como para otras futuras, dialogando también con el espíritu divulgador que tiene el presente trabajo de grado. Sin embargo es importante resaltar que el papel del Pastel nunca suplió al de una guía o manual, pues daba sólo algunas orientaciones y bases para un componente creativo el cual se erigiría a partir de sus propios hallazgos. De eso se trata también la experimentación creativa, crear también a partir de dudas e hipótesis, que si bien están respaldadas por un conocimiento previo, serán ellas las que conducirán la búsqueda a una necesidad específica de conocimiento.

El método de análisis de literatura científica fue un ejercicio demandante y prolongado, en medida que involucró un rastreo y análisis bibliográficos de mucha autonomía. Tanto la extensión, el formato y la rigurosidad del análisis dependían de necesidades personales de conocimiento, por lo que no se tenía un punto de referencia claro que definiera el límite de saturación teórica. Revaluando la rigurosidad y extensión con la que fue respondido el cuestionario, como también la pertinencia de su función epistemológica, este debió haber tenido un papel más protagónico dentro del planteamiento del anteproyecto de Oink por Oink más que como un método complementario en la aplicación metodológica. Sin embargo, un punto a favor del análisis de literatura científica es que permitió trazar un puente con la propuesta de Jaime Garzón, pues a pesar de que este referente no tenía protagonismo en la investigación por pertenecer a un entorno alejado de las redes, fue un hito dentro del género en la historia de Colombia, razón por la cual consideraba pertinente que para este trabajo de grado se ahondara más en su legado. Otro punto a favor del análisis de literatura científica fue que permitió retomar lecturas e investigaciones que se dejaron de lado dentro de la conceptualización del proyecto, que si bien no resultaron prioritarias, aportaban valiosa información que era importante retomar. Las respuestas completas al cuestionario completo se pueden apreciar en el siguiente apartado de productos.

La escritura tanto de los guiones iniciales como la de los siguientes a la reorientación metodológica fue un proceso colectivo que requirió una investigación paralela en los temas específicos de cada capítulo, destacándose en esta tarea la labor del Equipo del primer impulso. El Pastel tuvo especial utilidad en la escritura de guiones, no obstante la mayoría de insumos resultaron de la mencionada investigación colectiva. En la escritura de los guiones,

especialmente la de los Cuarentellings por su menor extensión, uno de los hallazgos fue la complejidad de escribir en clave de humor. Para el humor hay muchos factores involucrados como el público, el contexto político, el espacio tiempo y también una pericia y habilidad dentro del género que es necesario ejercitar. Un buen recurso para testear el humor que se quería construir fue la socialización de avances en grupos focales cuya retroalimentación activa otorgaba más pistas para la construcción de los guiones.

Otro hallazgo relevante durante la preproducción fue el descubrimiento de un ritmo de producción de contenidos de actualidad. La escritura de material de actualidad en general es coyuntural, por lo que debe estar en constante sintonía con el contexto sobre el cual se escribe y con los ritmos de producción propios o de un equipo de trabajo. Cabe resaltar que el quehacer audiovisual es un proceso dispendioso y en muchos casos lento, por lo que se debe tener estrategias para enfrentar la inmediatez característica de los contenidos de actualidad. Entre estas estrategias están:

- La escritura no debe ser sobre supuestos ya que en un futuro se pueden convertir en hechos fácticos que contradigan lo que se escribió.
- Es aconsejable dejar puntos sujetos a la flexibilidad del acontecer nacional, de modo que se pueda hacer una última revisión antes del rodaje para hacer inyecciones de actualidad basadas en hechos más vigentes o coyunturales.
- La escritura debe ser atemporal, sin saludos o referencias directas al tiempo ya que esto puede anclar el contenido a un momento temporal restándole alcance.
- Es aconsejable que el contenido no esté argumentalmente afincado en hechos que puedan perder vigencia rápidamente, pues esto podría disminuir la sensación de actualidad.
- A nivel industrial, con una agenda de publicación regular de episodios, la producción de contenido de actualidad se hace bajo una dinámica escalonada, en la que la publicación de un contenido se puede hacer a la par con la postproducción del contenido siguiente, y a su vez con la producción y preproducción de los contenidos posteriores.

Para los objetivos de este trabajo de grado, Oink por Oink no tenía intenciones de generar contenido periódico y bajo una dinámica industrial, por lo que el ritmo de trabajo fue el tradicional para contenidos unitarios.

Los Cuarentellings fueron más fáciles de escribir por su concreción temática y duración, siendo una carta de presentación más ágil que los guiones iniciales, para que el público se aproxime a la propuesta de Oink por Oink. A pesar de que los guiones eran fieles al universo y la propuesta estética de la serie, difícilmente podían abarcar todos los rasgos representativos de la serie como personajes y locaciones, por lo que los Cuarentellings fungen también como una campaña de expectativa del lanzamiento de los capítulos de temporada, los cuales representan una mayor parte de la esencia de la serie y se contemplan realizar fuera del marco académico del trabajo de grado. En términos de la viabilidad fue acertado realizar un fragmento de todo el contenido contemplado en la Biblia, sirviendo también como un ejercicio de pilotaje ante la futura proyección de la serie.

Hubo un hallazgo importante en la escritura de los contenidos menores luego de la reorientación metodológica por la pandemia. Se planificó la producción de dos contenidos menores titulados “Tik Tok del antes y después” y “Lolo el traductor”, de ellos sólo se realizó el segundo. No obstante en un diálogo constante con las dinámicas de las redes sociales, los sucesos coyunturales de la actualidad colombiana y concibiendo la página como un ente orgánico y cambiante, se realizaron dos contenidos adicionales: “El baile de la verdad” y el “Meme de los huelguistas”. Estos contenidos también fueron orientados por el Pastel y son coherentes con la propuesta conceptual y estética de Oink por Oink. Este hallazgo permitió entender que la escritura de contenido bien puede estar sujeta a un plan, cronograma y metodología, pero tanto la actualidad nacional como el dinamismo de una página activa son factores que permiten que se cree contenido espontáneo, aprovechando la oportunidad comunicativa que nace de un suceso coyuntural.

Dentro del componente creativo del segundo objetivo específico, desglosar los guiones y ponerlos en función de un rodaje también fue un proceso colectivo. Tener un equipo de trabajo por departamentos más allá de representar una mayor fuerza laboral, aporta diversidad de criterios para el proceso creativo. No obstante, las circunstancias de la pandemia afectaron tanto la disposición del equipo como la nueva distribución de roles. En la reorientación metodológica se replanteó una distribución en torno a las posibilidades del equipo y las necesidades inmediatas, y entendiendo la dificultad de asumir compromisos presenciales con el equipo, desde mi rol de realizador asumí el liderazgo adicional en los departamentos de producción, arte y montaje. Esto significó un incremento significativo en la carga laboral, pero a su vez potenció

mi experiencia en el manejo de la pantalla verde en la edición, el manejo del color y disposición de la escenografía en el arte, y la interpretación de múltiples personajes en el ámbito actoral.

Al momento del rodaje era distinta la disposición para los cuarentellings que para los capítulos que se tenían pensados previamente, en cuanto a complejidad y duración, pero para ambos casos las orientaciones para una propuesta de puesta en escena e imagen fueron dadas por el Pastel. Desde mi rol como realizador, debía hacer dialogar los recursos con los que contábamos en el rodaje con el catálogo de posibilidades que brindaba el Pastel. Para llevar a cabo el rodaje fue necesario apoyarse en herramientas para el orden y operatividad tales como un guion técnico, story board, esquemas de luces y emplazamiento de la cámara. Si bien con estas herramientas no se hizo especial énfasis en la metodología, las dinámicas propias y en tiempo real de un rodaje demandaban su existencia, convirtiéndose esto en un hallazgo tanto como enseñanza.

El método aliado de “Ejercicios de aproximación al género y formato” era una estrategia pensada para los primeros contenidos que pensaban rodarse, tanto a nivel de forma y fondo audiovisuales, como para la articulación de un equipo y la identificación de sus propias dinámicas de trabajo. Después de la reorientación metodológica, este método se transformó en ensayos los cuales cumplían una función equivalente respecto a los Cuarentellings y contenidos menores, especialmente por las condiciones de trabajo en cuarentena que era necesario descubrir. Tanto los ejercicios de aproximación para género y formato que lograron hacerse, como los ensayos de Cuarentellings pueden apreciarse en el apartado de anexos. (*Ver anexo 3 y 4 respectivamente*).

Un hallazgo importante dentro de los ensayos fue la exploración de mi faceta como actor y el redescubrimiento de mi propia comicidad, esta vez aplicada para humor de actualidad. Desde un principio tenía intenciones de interpretar a Lolo por mi formación paralela en teatro, pero fue una medida inesperada y producto de la cuarentena el tener que encarnar a dos personajes más. Esto representó un reto de actuación que se logró a través de los ensayos y testeos frente al equipo de producción. Por otra parte, para profundizar en la preparación actoral, se tuvo una asesoría virtual con una profesional en dirección de actores. La asesoría permitió encontrar un referente para la conceptualización e interpretación a futuro de los personajes del universo de Oink por Oink: *La comedia del arte italiana*. Este estilo juega con roles, arquetipos

y representaciones socioculturales a través de los personajes, un rasgo característico que se espera imprimir de Oink por Oink.

La creación de los recursos de identidad gráfica y sonora se hizo muy apegada a la propuesta estética y conceptual que se estaba construyendo en la Biblia, pues estos son elementos fundamentales para la proyección a futuro de Oink por Oink fuera del campo académico. Dentro de la nueva distribución de roles, yo asumí la creación de algunos elementos de identidad gráfica, destacándose el logo. El diseño de la identidad sonora, que incluyó la definición de *leitmotifs* de los personajes, paisajes sonoros y la composición de la música original, fue la experiencia más propositiva por parte de los departamentos en cuanto a exploración y creación. Los diseñadores sonoros supieron abstraer bien el concepto y propuesta estética de Oink por Oink para llegar a un resultado satisfactorio para la proyección de la serie.

El componente creativo del tercer objetivo específico fue el único que se desarrolló tal y como la metodología lo había planteado. Construir una propuesta de montaje nutrida por el Pastel y a partir del material que se haya rodado fue algo que se logró independientemente de la reorientación metodológica. El único factor a considerar era que luego de que yo asumiera el montaje de los contenidos, debía reevaluar el tiempo que demandaría esta etapa, bien sea por la carga laboral como las limitaciones que se podían presentar debido a la cuarentena.

El tiempo de producción detallado mediante un cronograma fue uno de los aspectos que más se transformó, saliendo de aquí un hallazgo importante. En un principio se manejaban dos cronogramas, uno fijo que daba un marco general del proyecto, y uno dinámico que era una modificación del fijo, entendiendo las variaciones mínimas en tiempos y tareas en tiempo real. Una vez llegada la pandemia, el cronograma, la metodología y el presupuesto se vieron en la necesidad de transformarse según las circunstancias, pero respetando el objetivo general de Oink por Oink que se tenía desde un principio. La naturaleza misma del proyecto, por desenvolverse en entornos digitales y ser su propio sustento en cuanto a concepto y universo narrativo, le da la capacidad de modificarse y poderse adaptar a las circunstancias, siendo una ventaja decisiva que le dio la posibilidad de poder seguir ejecutando luego de la contingencia global por la pandemia. El presupuesto y cronogramas fijo y dinámico como una evidencia de ello pueden verse en el apartado de anexos (*Ver anexo 5 y 6 respectivamente*).

La escritura de la Biblia de Producción fue demandante ya que se debía hacer de manera paralela mientras se ejecutaba la metodología. No debía pasarse por alto que en todas las

decisiones que se tomaran, estaba involucrada la escritura de la Biblia como un proceso pasivo pero constante, articulado directamente a todo el proyecto. Siendo un entregable, la Biblia es el producto que más está relacionado con la proyección a largo plazo de Oink por Oink como una serie sostenible en sí misma, de ahí la importancia de su escritura. Gracias a la Biblia se validó la vocación que tiene la serie como un contenido transmedia, que cuente con estrategias para expandir su relato canon en otros medios sirviéndose de su concepto y universo narrativo. Al principio la Biblia tenía muchos puntos igualmente necesarios, pero apelando al principio de adecuación, se decidió dejar los puntos más necesarios dentro del marco del trabajo de grado, resultando de esta manera una primera versión de la Biblia. Se prescindió por el momento de puntos como estrategias de financiación, diseño de interfaz digital, plan de divulgación, entre otros, que serán necesarios más adelante en la proyección a largo plazo de la serie.

Tal como se aclaró en la aplicación metodológica, Oink por Oink es una serie web que prioritariamente busca cumplir con unos objetivos dentro de un marco académico antes de posicionarse como una serie activa y constante dentro de la web. Sin embargo apareció el cuestionamiento sobre qué es lo que define a un contenido para redes, si su concepción desde el lenguaje, temas, tratamiento; o bien, la necesaria interacción digital y con los usuarios. Un hallazgo fue que ambos factores son importantes a tener en cuenta. En la conceptualización de un contenido para redes se contempla la interacción como un factor presente desde la escritura de guiones, con elementos como llamados a la acción, hipervínculos o momentos de interacción con el usuario. Por esta razón se decidió que Oink por Oink debe contemplar un momento de interacción digital de los contenidos producidos dentro del proyecto como un plus dentro del marco académico, sin que esto signifique el lanzamiento oficial de plataformas activas y constantes, que persigan la viralidad o la monetización como principal objetivo. De la publicación de contenidos en entornos digitales resultan valiosos hallazgos que se describirán a continuación.

Hallazgos de la interacción digital

Con la intención de compartir públicamente el proceso de investigación creación y de visibilizar los esfuerzos colectivos que se invirtieron, se tomó la decisión de compartir todos los resultados en 3 plataformas digitales: Facebook, Instagram y YouTube. En un principio también se contemplaba la plataforma Twitter, pero esto representaba una mayor carga de trabajo por el

formato predominantemente textual que se maneja en las publicaciones de esta red, por tal motivo se decidió trabajar inicialmente solo con las 3 redes mencionadas anteriormente. Al principio se contemplaba que la principal red de Oink por Oink sería YouTube, y Facebook e Instagram en un segundo plano, no obstante la experiencia indicó que Facebook terminaría siendo la principal red de la serie. Esto se debió a sus mayores posibilidades de publicar y compartir contenido multimedia, y su mayor capacidad de generación de comunidad mediante la interacción entre usuarios. A pesar de que YouTube es considerada la principal plataforma en cuanto al manejo de contenido audiovisual, Facebook se ha fortalecido significativamente en esto, sumado a las características anteriormente mencionadas convierte esta plataforma en la más idónea para ser el principal canal de Oink por Oink. Más que lanzar y posicionar una página activa inmersa en las dinámicas de los entornos digitales, el principal objetivo dentro de este proceso académico es tener un repositorio web abierto al público el cual más adelante podrá potenciarse como redes activas y con publicaciones constantes. En un principio, la publicación de contenido en estas 3 plataformas se pensaba bajo una estrategia digital básica con otro tipo de contenidos y publicaciones reposteadas para que el primer contacto de Oink por Oink con las redes sea bajo un mínimo esquema de orden. Inversamente a lo esperado, en el transcurso del proceso se encontró que mis capacidades eran insuficientes para la demanda de tiempo y trabajo de la administración de esta estrategia digital. Por tal motivo las publicaciones se decidieron hacer intuitivamente sin un plan de acción específico.

En esta primera etapa Oink por Oink exploró más una faceta de página o páginas con contenido audiovisual que la de una serie web propiamente dicha, la cual a pesar de que se buscaba sea su faceta más representativa, seguirá consolidándose dentro de la proyección futura de la serie. Las publicaciones en cada una de las redes sociales se hicieron a manera de *crossmedia*, es decir, replicando el mismo contenido de la página principal según la especificidad de cada plataforma. A continuación se presentan algunos hallazgos específicos según la interacción digital presentada dentro de cada red.

Facebook

Como se mencionó anteriormente, Facebook fue el principal sitio web de Oink por Oink, a partir de donde se derivaron las publicaciones de Instagram y YouTube. En esta plataforma se

publicaron contenidos gráficos, sonoros, audiovisuales e incluso textuales, concentrando el mayor número de seguidores como también la mayor interacción con los usuarios.

La página fue creada el 18 de Junio del 2020, y hasta la fecha del diagnóstico (mediados de Septiembre de 2020) cuenta con 267 *likes* y 302 seguidores. Una gran mayoría de estos seguidores pertenecen a mi entorno social de Medellín y Pasto (ciudad en la que vivo y de la que soy oriundo, respectivamente), por lo que su difusión aún no tiene un nivel de viralidad que trasciendan los contactos de mi entorno cercano. No obstante, también la mayoría de estos seguidores y *likes* se han obtenido orgánicamente¹³ lo que refleja un resultado satisfactorio en el uso del canal y el código comunicativo. La tracción de la página se ha sustentado principalmente en las invitaciones vía mensaje y los reposteos de contenidos que tanto mi persona como algunos de mis contactos han hecho desde sus perfiles personales. Esto ha propiciado que los usuarios visiten la página recomendada y la sigan bajo una difusión principalmente orgánica, aunque es importante resaltar el alcance que se tuvo con dos publicaciones que fueron pautadas.

Al momento se han realizado 25 posts en diversos formatos. Las interacciones como *likes*, comentarios y “compartidos” aún se quedan en mi entorno social, que son fuertes solo algunas horas después de su publicación y respectivos reposteos. Lo anterior indica que aún no se alcanza un mínimo nivel de viralidad que mantenga fluyendo los contenidos por mucho tiempo en páginas que trasciendan la propia influencia e injerencia.

El contenido más exitoso fue el *Meme de los huelguistas*, creado espontáneamente a propósito de la exitosa huelga de hambre de 6 estudiantes en pro de la consecución de la gratuidad en la matrícula para el semestre 2020-2 en la UdeA. Tuvo un alcance totalmente orgánico de 10.413 personas, 674 *clicks* y 454 interacciones (*likes*, comentarios y compartidos). La clave de su éxito fue el aprovechamiento de una coyuntura, la afinidad temática y contextual, su simpleza, concreción, y haber sido reposteadado paralelamente en otras páginas de memes con una tracción y un público previamente construidos.

En segundo lugar, otra publicación exitosa fue el Cuarentelling “*La Tata VS El Covid*”, para el cual se pagó pauta publicitaria en la plataforma. Tuvo un alcance orgánico de 747 personas y un alcance pautado de 7.254 personas, 501 *clicks* y 102 interacciones. Este contenido

¹³ El contenido orgánico es aquel que se publica y difunde por mecanismos gratuitos, por lo cual su alcance depende de las propias características del contenido.

al ser pagado, fue el que más tiempo duró activo generando interacción con los usuarios, a pesar de no haber tenido un alcance tan exitoso como el *Meme de los huelguistas*.

La tercera publicación más exitosa fue el primer post público realizado en la página y a su vez compartido desde mi perfil personal. El lanzamiento oficial de la nueva versión de Lolo mediante una serie fotográfica de 3 fotos. Tuvo un alcance totalmente orgánico de 6.422 personas, 667 clicks y 364 interacciones. La clave del éxito de esta publicación fue la novedad del lanzamiento y la solidaridad de mis contactos quienes compartieron el post desde sus cuentas personales por aproximadamente 24 horas, generando mayor difusión y visibilidad.

Los dos contenidos que fueron pauta reportaron alta difusión, pero dentro de su alcance no orgánico, fueron muchas las vistas que no superaron los 3 segundos de visualización de los videos. Esto deja un aprendizaje que para posicionar exitosamente un contenido, es indispensable que sea tanto gráfica como sonoramente llamativo en sus primeros segundos, de manera que logre resaltar dentro de la abrumadora oferta de contenido que tiene el usuario mientras *scrollea*¹⁴ en su pantalla.

A nivel general, se encontró que los periodos de tiempo más activos de la página son los martes, miércoles y viernes en horas, potenciándose en la tarde y finalizando el pico a aproximadamente las 7:00 p.m. Entre todas las personas que vieron al menos una vez una publicación se destaca un público entre los 18 a 24 años, principalmente conformado por mujeres. Los lugares en donde más se centran los seguidores son las ciudades de Medellín con 116 personas y Pasto con 98 personas, seguidas en menor cantidad por otros municipios de Antioquia y la ciudad de Bogotá.

El propósito inicial de la incursión de los productos audiovisuales en los entornos digitales no era comercial, aunque sí se tomaron valiosos apuntes de la interacción para un futuro en donde sí sea esta la intención. El propósito era iniciar un diálogo en torno al contenido, testear los espacios virtuales, y hacer una presentación más informal de Oink por Oink a manera de pilotaje, para proyectarse al momento en que la página si albergue una serie web activa, con publicaciones constantes y con un espacio dentro de la dinámica digital del humor de actualidad web.

¹⁴ Acción de deslizar con el dedo o con el mouse en una pantalla, la mayoría de veces buscando contenido relevante en una oferta caracterizada por primeras vistas y titulares.

Instagram

El tratamiento que se le dió a la cuenta de Instagram dentro de esta primera etapa de interacción digital fue como un repositorio público de material gráfico y audiovisual, que en su mayoría era proveniente de Facebook, plataforma en donde se hacían los post por primera vez y luego se repostearon en Instagram en busca de llegar a otro público en otro tono comunicativo. Las mayores fortalezas de Instagram es su generación de historias a partir de las publicaciones, lo que fue muy útil para que tanto la página como sus seguidores puedan re postear, generando mayor visibilidad y tracción entre sus contactos. Sumado a lo anterior, la plataforma permite un vínculo directo con Facebook para hacer publicaciones, lecturas y re posteos, vinculación que permite tener una mayor cohesión a una figura de *community manager*¹⁵ en la administración de los distintos canales de comunicación. La página fue creada el 3 de Julio de 2020 y a la fecha actual, inicios de Septiembre, cuenta con 22 publicaciones, 124 seguidores y 60 seguidos (únicamente páginas o figuras públicas afines al humor de actualidad colombiana, sátira política o activismo digital desde el arte). Mediante la aplicación *GamGage*¹⁶ se midió algorítmicamente el *engagement*¹⁷ según factores como los *likes* de las últimas publicaciones, comentarios de las últimas publicaciones, seguidores de la cuenta y fecha de la última publicación.

Según el periodo de más actividad que fue el mes de Agosto, algunos de los hallazgos arrojados fueron una media por publicación de 30,75 *likes*, 6,33 comentarios y un *engagement* de 13,12%. Una frecuencia de un post cada 3,67 días. Los *hashtags* más utilizados fueron #Lolo, #OinkporOink, #Serieweb y #Humor. Por otra parte el contenido fue re postado al menos una vez mediante historias de 6 usuarios distintos.

Si bien no se tenía una estrategia digital o una meta en cuanto al alcance de las publicaciones, la interacción con la cuenta de Instagram permite afirmar que es un espacio idóneo para el crecimiento de la serie y comunidad. Por otra parte, la fortaleza de la plataforma es su formato visual, cosa que dialoga muy bien con los contenidos pensados para Oink por Oink.

¹⁵ Figura encargada de la gestión digital de una marca y administrar su actividad en redes.

¹⁶ Aplicación que calcula algorítmicamente el *engagement* real de una página o perfil de Instagram.

¹⁷ Neologismo que hace referencia a cuán activos e involucrados se encuentran los usuarios respecto a la actividad de la página.

YouTube

A diferencia de Facebook, que tiene más posibilidades para la generación de un diálogo activo entre una comunidad en torno a un catálogo más multimedial, YouTube establece un vínculo siempre en torno a la única figura de los videos. Por otra parte, el chat de YouTube aún depende mucho de los contactos que un usuario tenga en Google, que no tienen un enfoque tan definido de red social, como sí lo tiene Facebook. Es por esto que si no se tiene una estrategia o cuentas vinculadas que impulsen el surgimiento de un canal nuevo, empezar en YouTube desde cero significa un crecimiento lento. Sumado a lo anterior, existe una enorme competencia y variedad de contenido en este ecosistema digital. Por estas razones el canal de YouTube de la serie, a diferencia de como se esperaba inicialmente, no tuvo el mismo éxito que en Facebook e Instagram.

El canal de YouTube fue creado el 7 de Julio de 2020, y a la fecha, inicios de Septiembre, cuenta con 7 contenidos de los cuales 4 corresponden a productos audiovisuales contemplados dentro del trabajo de grado. Los otros 3 corresponden a contenidos creados dentro del proceso respondiendo a una dinámica comunicativa en tiempo real, como memes y notas de director. Se cuenta con 24 suscriptores provenientes entre familiares y amigos de mi persona. Las visualizaciones de los contenidos dependían directamente de su re posteo en Facebook, por lo que el alcance dentro de YouTube no fue muy prolífico. El contenido más exitoso fue uno de los Cuarentellings titulado “La Tata VS el Covid”, con 154 reproducciones, 15 likes y 2 comentarios.

Es difícil hacer un diagnóstico sobre el éxito que tuvo Oink por Oink en YouTube, pues al carecer de una meta y estrategia digital que ayude a conseguirla, esto se volvió un ejercicio de experimentación. Más adelante cuando la página esté guiada por una estrategia digital se podrá diagnosticar los beneficios de tener un canal de YouTube articulado a las otras redes activas.

Además de los contenidos contemplados inicialmente, surgieron otros adicionales como fotos de los personajes y del proceso, memes, *making off*, produciendo una interacción digital con los usuarios que no se había contemplado o magnificado en un principio. Comentarios de apoyo y reposteos de los contenidos son un balance positivo en un nivel general. Estos hallazgos van en coherencia con la observación que tuvo Oink por Oink luego de la sustentación de su

anteproyecto. Esto no fue un proceso automático que nace de la aplicación automática de los hallazgos registrados en el Pastel, por el contrario, el proceso se hizo durante la marcha alimentándose de los hallazgos encontrados a la par del camino, la ejecución de la metodología y de la proposición activa de soluciones ante los sucesos inesperados. El proceso finalizó con una página inaugurada en los entornos digitales, no propiamente activa pero sí con todas las posibilidades para serlo en un futuro, ya con una estrategia digital sólida, un equipo consolidado y un concepto y propuestas estéticas autosuficientes para ser una serie web de humor de actualidad sostenible.

A nivel general, los hallazgos obtenidos en las 3 plataformas digitales cumplen un ejercicio de pilotaje, en el que se ponen a prueba elementos de la serie que estén o no guiados por una estrategia digital, dan una noción del impacto que genera en los usuarios al igual que una aproximación del alcance que pueda llegar a tener. Estos elementos son los personajes, el tono comunicativo, los colores, el tipo de humor entre otros. El balance de su acogida es positivo sentando así un punto de partida optimista para Oink por Oink cuando busque profundizar más en su interacción en internet.

13. PRODUCTOS

13.1 Pastel para una serie web de humor de actualidad

13.1.1 Elementos audiovisuales comunicativos según el enfoque de construcción narrativa de guiones

13.1.1.1 ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO

Usualmente se ubica al inicio una introducción al tema, personajes o espacios, pues se maneja una expectativa en torno al punto central del capítulo. Por su parte, el final de los capítulos tiende a no ser totalmente concluyente, pues deja la idea de que hay más contenido audiovisual en el canal por consultar. La duración del capítulo es relativa a cada tipo de contenido.

13.1.1.2 TRATAMIENTO DE PERSONAJES

- Los personajes son contundentes por su peso simbólico en función de la historia, cuando encarnan una carga o contracarga narrativa entre ellos. Se complementan, se contrastan, entre lo razonable y lo absurdo, y las zonas grises que pueden brotar entre ellos. Por otra parte, está la presencia de personajes planos con rasgos marcados y asociados a algún estereotipo o rol, que confluyen con personajes redondos con un mayor nivel de complejidad en su personalidad. La interacción de estos dos proporciona un relieve entre los personajes que enriquece el producto.
- A las personas les gusta verse representadas en la pantalla, y sea a ellos o una de las circunstancias de su entorno con la que pueden estar o no de acuerdo. Esta representación otorga un papel activo al usuario, muchas veces haciéndolo parte de la conversación o de los fenómenos narrados al romperse la cuarta pared.
- Es recurrente la presencia de un invitado en el capítulo buscando la creación de enlaces mediáticos de popularidad, o tener la presencia de una autoridad en el tema para darle más peso al contenido.
- El rol del presentador o protagonista es fundamental. Debe tener el carisma y empatía suficiente para conducir el hilo argumental, y conocerlo bien, de tal manera que sea el acompañante guía en la interacción del usuario. Debe ser polifacético en la interpretación de varios estados de ánimo y tonos comunicativos, e inclusive en la interpretación de personajes paralelos a su rol.
- En los personajes se ven representaciones, referencias a íconos populares, caricaturas y sátiras de fenómenos sociales con un trasfondo político.
- El humor surge de un personaje que es contradictorio a su contexto
- Es común usar estereotipos que el usuario pueda identificar fácilmente, sin que por esto sean personajes planos. Esto permite al usuario dedicar su atención a otros elementos audiovisuales comunicativos distintos a descifrar la complejidad del personaje.

13.1.1.3 TONO COMUNICACIONAL

- Se juega con el contraste entre un tono formal y serio que se mantiene constante mientras se abordan situaciones cómicas.
- En general las conversaciones son espontáneas, didácticas, directas y fluidas para evocar al usuario frescura y naturalidad, e inclusive un tono cotidiano o coloquial que varía dependiendo del público que lo ve.
- Se parodian tonos comunicacionales de iconos populares, por ejemplo noticieros o galas de celebración, lo que genera un código narrativo cómico.
- También se usa lenguaje vulgar y soez con distintos fines como el efecto cómico a partir del humor verde o chabacanería. Su tratamiento varía dependiendo del tipo de contenido. Se puede naturalizarlo, o articular al tono general del producto, como también hacer énfasis explícito en el contraste entre el lenguaje vulgar y el tono general para un efecto cómico.
- Se suele acompañar la grosería con algún elemento que le genere contraste y enriquezca el mensaje, puesto que la grosería por sí sola corre el riesgo de tornarse básica.

13.1.1.4 LENGUAJE VERBAL

- Un elemento particular en el lenguaje de la sátira es la no directividad, un ejercicio de comunicación integral de un mensaje en el que se explora posibilidades creativas para la no enunciación directa del sentido. Entre las herramientas pueden estar el doble sentido, la ironía, el sarcasmo, la metáfora, entre muchos otros.
- No hay un seguimiento riguroso del guión, pues da pie para hacer comentarios que surjan de la situación con normalidad.
- A la hora de saludar o despedirse, hay expresiones frecuentes que se consolidan como sellos de identidad tanto del personaje como de su contenido.
- Hay una tendencia a una comunicación verbocéntrica en estas piezas audiovisuales. El ritmo, la entonación y la velocidad de los diálogos son claros, permitiendo una eficaz transmisión del mensaje.
- Muchos diálogos son pensados en una articulación con algún material audiovisual de apoyo, tal como el material de archivo.

- Se parte de un marco referencial del tema de actualidad que se va a tratar, y cuando no lo hay, se hace una contextualización del mismo. De la misma manera, se explican términos o palabras que responden a este marco referencial y que serán recurrentes a lo largo del video.
- Se alude frecuentemente a expresiones populares dentro de la jerga del medio, o icónicos de la cultura popular convertidos en memes.
- Hay una distinción entre los diálogos humorísticos, que son planteamientos verbales dentro de un lenguaje en torno a un tema y con un fin cómico; y las acciones cómicas, que son sucesos que provocan comedia o risa por su contexto y relación con el personaje.
- Hay una alternancia entre comentarios humorísticos y acciones cómicas, que parten de ideas populares entre el público objetivo y validadas con un proceso investigativo sobre actualidad. Esto para crear una articulación entre un componente educativo y crítico con uno recreativo y de entretenimiento.
- El idioma, los dialectos, los acentos, son rasgos culturales a tomar en cuenta para la configuración del humor y los diálogos de una índole verbo céntrica.
- Es importante tener en cuenta el público y el contexto en el que se trabaja, y si es pertinente un lenguaje técnico, uno coloquial, uno contemporáneo, entre otros.

13.1.1.5 LENGUAJE NO VERBAL

- Se acompaña el discurso con movimientos de manos y gesticulaciones en el rostro para hacer énfasis en palabras, generalmente con un sentido hiperbólico. También se recurre a movimientos manieristas buscando generar comedia y darle frescura al capítulo. La comunicación no verbal es una de las estrategias más importantes para darle dinamismo a las piezas audiovisuales.
- De la presencia y administración del lenguaje no verbal dependen los grados de realismo y verosimilitud que tengan las interpretaciones de los actores. Si pertenecen a un campo cotidiano o extra cotidiano
- Del lenguaje no verbal depende el tono actoral que se busca para los personajes, si es más histriónico de un tono más alto, o por el contrario de un tono más mesurado, una tendencia teatral, de cine, de televisión, etc.

13.1.1.6 TRATAMIENTO HUMORÍSTICO

- En el plano del humor político y de actualidad, los recursos más recurrentes son la ironía, el sarcasmo, la parodia, que son recursos no directivos en donde se satiriza una realidad sin ser explícito al criticarla, como sí lo sería en un ejercicio informativo o crítico formal. Entre otros recursos está la promesa dramática, la sorpresa, los gags, el *slapstick*, jugar con la literalidad de las palabras o expresiones, la triada de “hacer, repetir y transformar”, las referencias a memes o íconos de la cultura popular, las comparaciones o analogías graciosas, entre otros.
- Un elemento recurrente, que no funciona en lo absoluto, son los chistes recitados. Deben verse naturales y espontáneos, de lo contrario se tiene una comicidad postiza que es contraproducente.
- Una característica del humor de actualidad es bajar ingeniosamente de pedestales a figuras, personajes o temas que son intocables, de manera que permita una masividad del tema y la eliminación de barreras mentales entre las personas que se resisten a tratarlo. Aquí se destaca especialmente la parodia. Se juega con lo anecdótico, que llega a veces a rayar en el absurdo, encontrando cosas absurdas hasta en los temas más serios.
- Es pertinente hacer la diferenciación entre un tono cómico y una propuesta humorística. El tono cómico es un conjunto de estrategias comunicacionales integrales que buscan acompañar de elocuencia, gracia y simpatía la transmisión del mensaje, mientras que la propuesta humorística son las estrategias e instrumentos formales para articular la transmisión del mensaje desde el lado cómico o irrisorio de su realidad.
- Un recurso humorístico recurrente es la presencia de contrastes, por ejemplo lo extra cotidiano con lo cotidiano, lo lógico con lo absurdo.
- Un recurso muy utilizado, tanto efectivo como polémico es el humor negro y el verde. Ambos limitan entre la codificación de una propuesta humorística, y lo que puede ser irrespetuoso o sensible para cierto grupo de personas. Su efectividad en un nicho es inversamente proporcional a su masividad, de modo que hay que saber administrar el “picante” necesario dentro del humor.

- Es recurrente develar los artificios, por ejemplo cuando se rompe la cuarta pared o se manejan planos metanarrativos.
- Se propone una categorización entre el tipo, el tono y el formato de humor. El tipo responde a la manera en que el humorista los aborda (humor blanco, verde, negro); el tono la manera en cómo se administran las herramientas humorísticas (exaltado, pasivo, charlado, neutral) y el formato alude a formas o fórmulas narrativas predominantes (parodia, caricatura, sketch, stand up)

13.1.1.7 RELACIÓN TEXTO SUBTEXTO

Esto es muy específico dentro de cada propuesta audiovisual en particular. Una generalidad es que se pueda ver un contraste entre fondo y forma, que permita explorar creativamente entre lo que los enlaza, y de esta manera evidenciar la riqueza de la pieza audiovisual. Es importante que la relación entre el fondo y la forma no sea encriptada, es decir, cuya transmisión no sea asequible a la mayoría de su público, pues es él quien debe ser capaz de interpretar el mensaje sin la necesidad de la mediación del autor.

13.1.1.8 CONTEXTO SOCIO POLÍTICO

Esto es muy específico dentro de cada propuesta audiovisual en particular. Una generalidad es que son temas coyunturales, de cualquier campo pero que se tratan desde su incidencia social y política. Para ello hay que tener un trabajo investigativo riguroso, identificar nombres claves, fechas y fuentes confiables. Es pertinente estructurar un guión que contemple los tiempos de relevancia, y por ende, capacidad de incidencia social que puede tener un tema de actualidad nacional.

13.1.2 Elementos audiovisuales comunicativos según el enfoque de puesta en escena y criterios de lenguaje audiovisual

13.1.2.1 PUESTA EN CUADRO

- Se tiende a encuadres únicos al no haber movimientos de cámara. Estos son irregulares y no armónicos. Se prioriza al sujeto en el centro del encuadre siendo el foco de atención, sobre todo cuando está hablando. No hay una búsqueda tanto por armonizar la relación del sujeto con su entorno, sino por hacer un seguimiento constante de las acciones del sujeto en el entorno.



Fotograma Hola soy Danny Cap 3 del corpus

- En los casos en los que no se trabaja con material pre existente, cada segmento trae su propia puesta en cuadro independiente a todas las demás.
- También se hacen composiciones más formales, heredadas del cine o de la televisión, para emular otro tipo de look o atmósfera y hacer referencia a otro tipo de contenidos audiovisuales tomando prestados sus criterios tradicionales de composición como la ley de tercios, ley de miradas, horizontes y puntos de fuga, ley del eje, entre otros.



Fotograma Peter Capusotto y sus videos Cap 8 del corpus

13.1.2.2 ILUMINACIÓN

- Bajo la misma idea de seguimiento constante a las acciones del sujeto en su entorno, cuando él está en exteriores se juega con luz natural la cual a veces se maneja con algunos recursos técnicos, ya sean ajustes de la cámara o menos frecuentemente difusores y flexes.



Fotograma Hola soy Danny Cap 5 del corpus

- En interiores se suele manejar las luces propias de la locación, o bien se arma un set casero con esquemas de luces básicos como triángulos, que permite una iluminación básica, neutra y homogénea, que sea pareja y tenga propósitos de aclarar y estabilizar una imagen profesional, sin necesariamente miras narrativas o estéticas.



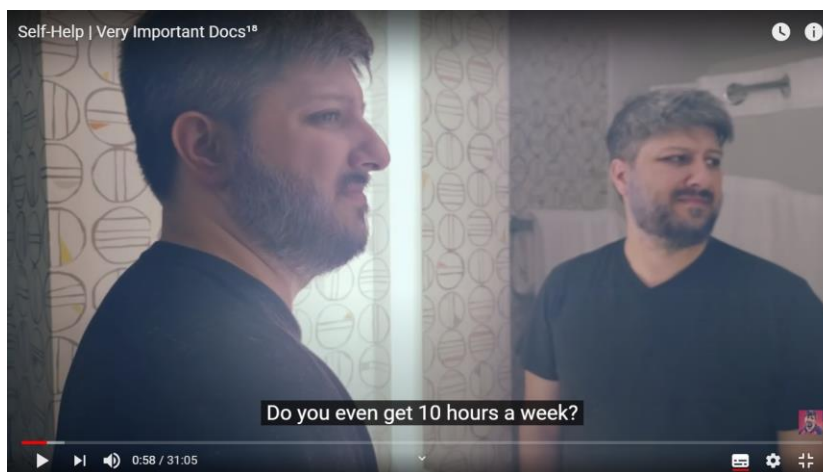
Fotograma Peter Coffin Cap 12 del corpus

- Cuando tiene el componente narrativo, la luz busca transportarnos a una atmósfera en particular, ya sea con la temperatura, la intensidad, juego de luz y sombras, los colores de la luz, etc. En estos casos mediante la luz se puede establecer un código narrativo que se usa a lo largo del capítulo.



Fotograma Peter Coffin Cap 13 del corpus

- Una buena alternativa es trabajar con luces prácticas, puesto que inciden tanto en la acción del sujeto como en la escenografía de manera natural y espontánea a la par que se sirve de sus propiedades lumínicas.



Fotograma Peter Coffin Cap 13 del corpus

13.1.2.3 LOCACIONES

- La locación suele estar relacionada con el espacio que se quiere representar en la forma, una oficina, un parque, o el espacio real que habita el sujeto en el caso de una propuesta más documental. Hay una tendencia por buscar el espacio real más que una representación del mismo, pues los youtubers se destacan por su naturalismo.



Fotograma Hola soy Danny Cap. 2 del corpus

- Hay una tendencia a ubicar al personaje en una locación neutra, con un fondo iluminado o intervenido sin muchos elementos físicos. Se busca que el espacio pierda relevancia ante un discurso afincado en el verbocentrismo.



Fotograma Peter Capusotto y sus videos Cap 10 del corpus

- Cuando se tiene la posibilidad de la pantalla verde, y al saber usarla técnicamente bien, es un recurso que permite estar en espacios reales, simbólicos, abstractos, o ampliamente conocidos. Esto le da un toque simbólico y hace del fondo o el espacio un elemento audiovisual discursivo fuerte.



Fotograma Hola soy Danny Cap 4 del corpus

13.1.2.4 DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA

- La relación de aspecto más recurrente es de 16:9 y un formato de 1280 x 720 en adelante.
- Los planos más frecuentes son aquellos en donde se destaca al sujeto y lo que dice, el plano medio y el medio corto, y primer plano, y en menor medida un plano entero o plano general para ubicar el sujeto en relación con su entorno.



Fotograma Peter Capusotto y sus videos Cap 9 del corpus

- Un rasgo distintivo es que los cambios de valores de plano no se hacen cambiando el emplazamiento de la cámara o variando su óptica, sino desde la escalada en postproducción de un plano más abierto a uno más cerrado.
- A menos que se busque explícitamente una cámara móvil, versátil u orgánica, la tendencia es a un plano estático dejando que las acciones ocurran dentro del encuadre, a un ángulo de 90 grados respecto al suelo y sin movimientos de cámara.
- Se destaca el *autorecording* (registro selfie) de este tipo de contenidos.



Fotograma Peter Coffin Cap 13 del corpus

- A menos que el propósito sea mostrar explícitamente con un sentido narrativo un balance de blanco o una temperatura de color distintos, la tendencia es a la neutralidad.



Fotograma Peter Capusotto y sus videos Cap 7 del corpus

- Se hace la analogía entre la cámara y un perrito acompañante, que cuando su amo lo llama a la acción esta se desplaza con él, de lo contrario la cámara se queda quieta a la par del sujeto.
- Cuando la propuesta se construye en la post, bien sea con material de archivo o animaciones, se usan criterios de montaje y composición, reemplazando el montaje a la propuesta fotográfica.
- Cuando hay diseño gráfico y material de archivo junto al material rodado, es en su mayoría una decisión que viene desde la organización del guión, ya que dicho material se pone a disposición de los diálogos y las imágenes.
- Cuando hay microhistorias o sketches en medio del capítulo, las directrices de fotografía cambian sustancialmente para evidenciar el contraste, bajo criterios como los planos, la temperatura, el foco, la atmósfera en general.

13.1.2.5 FUERA DE CAMPO NARRATIVO

No hay tendencia a usar el fuera de campo narrativo, pero cuando se los usa con fines creativos específicos da un buen efecto al ampliar la gama de la “audiovisualidad” del producto. Además es una manera creativa de resolver inconvenientes de producción.

13.1.2.6 DISEÑO SONORO

- Hay una tendencia a manejar 2 planos sonoros elementales, la voz, la música, y uno complementario que corresponde a los efectos de sonido. El primer plano debe estar muy claro, en él están los diálogos, las risas, los susurros y si hay una tendencia verbo céntrica es fundamental que haya un correcto registro de la voz pues es aquí donde habita el mensaje. En el segundo plano está la música que ambienta, dinamiza, da ritmo y canaliza las emociones. En el tercer plano están los efectos sonoros como *leitmotivs* o simulación de sonidos que acompañan las acciones físicas, o en la mayoría de los casos para hacer un efecto cómico que haga el contenido más simpático.
- La música es una herramienta indispensable para hacer referencias a la cultura popular, y es un gran aliado para conducir la comedia o crear un ambiente en particular. Puede ser

diegética y extradiegética, como un recurso para revelar el artificio como al romper la cuarta pared, lo que desemboca fácilmente en un efecto cómico.

- Con los efectos sonoros se debe ser cuidadoso de no caer en clichés, o en manifestaciones explícitas aisladas del resto de la historia, pues que se le da protagonismo en función de sí mismo, y no en función de otra acción.
- El diseño sonoro preexistente del material de archivo debe sentirse homogéneo y armónico, y si bien no se pierden los contrastes, los relieves excesivos sobre todo en la calidad del audio generan ruido y suciedad.
- Se debe ser cuidadoso y detallista con los paisajes sonoros, que no sean elementos fortuitos o añadidos por el azar junto a otras grabaciones sonoras que se consideran prioritarias. Si es pertinente se puede registrarlos por separado para potenciar el valor narrativo que subyace en el paisaje sonoro.
- A partir del diseño sonoro, con diálogos, música o efectos, se puede consolidar un sello de identidad característico del contenido audiovisual, que sea identificable como un leitmotiv del producto.

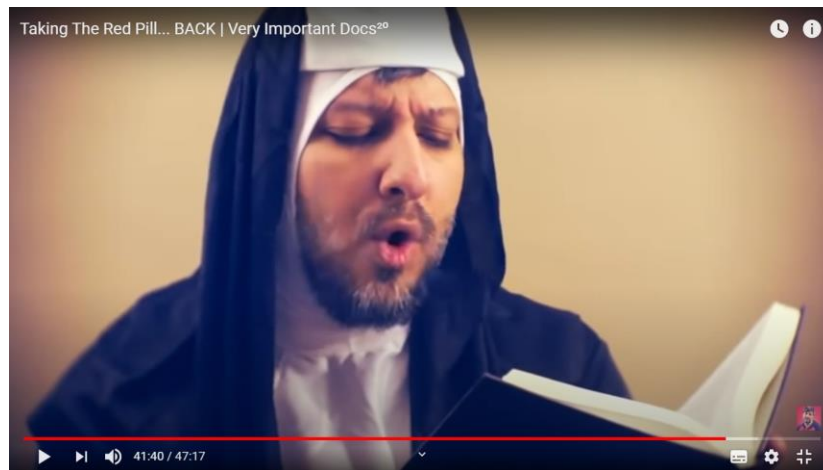
13.1.2.7 DIRECCIÓN DE ARTE

- Cuando la locación es neutra o no tiene una vinculación fuerte a un espacio determinado o conocido, se suele cargar más simbólicamente que con escenografía, esto para apoyar el discurso unificado de los EAC, es decir, la acción connotativa conjunta.



Fotograma Peter Coffin Cap 11 del corpus

- Si hay suficientes recursos y el flujo de trabajo lo permite, se hacen grandes inversiones en la dirección de arte. Caso contrario, la austeridad y la recursividad son características comunes en las piezas audiovisuales web, donde se juega más con la representación y los códigos narrativos frescos que con el realismo y la verosimilitud plástica.



Fotograma Peter Coffin Cap 12 del corpus

- La propuesta de color se sirve mucho de imaginarios y asociaciones comunes, por ejemplo el azul con frialdad y elegancia, o el rojo con calor y erotismo.



Fotograma Hola soy Danny Cap 1 del corpus

- Cuando es más una propuesta naturalista, la propuesta artística suele partir de los elementos propios con los que cuenta la locación.



Fotograma Hola soy Danny Cap 5 del corpus

- La dirección de arte se potencia en torno a la escenografía básica, la utilería, el maquillaje y el vestuario.
- La escenografía cumple con la función de transportarnos a un lugar, crear un ambiente que nace de un código narrativo preestablecido más que de emular un ambiente realista.



Fotograma Peter Capusotto y sus videos Cap 9 del corpus

- La utilería, que interactúa más con el personaje, puede servir para ilustrar un diálogo e inclusive crear un efecto cómico.



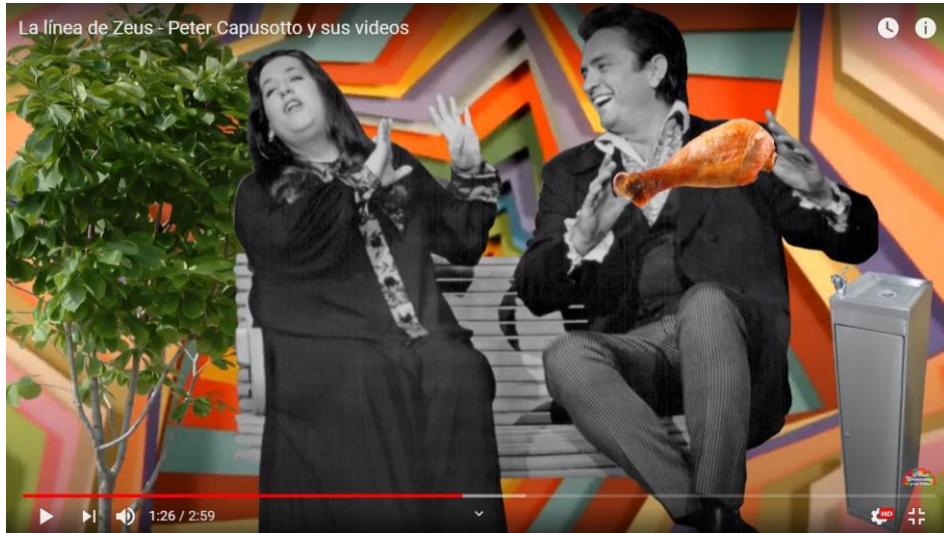
Fotograma Peter Coffin Cap 12 del corpus

- El maquillaje y el vestuario cumplen códigos narrativos pactados como elegancia, moda, etc, para caracterizar a los personajes.
- Los 4 ejes de dirección de arte mencionados, también pueden hacer alusión directa al hecho de actualidad al cual el capítulo busca referirse.



Fotograma Hola soy Danny Cap 3 del corpus

- Cuando se trabaja con material pre existente, la propuesta de arte se gira a criterios estéticos de composición visual, respondiendo a veces a un estilo o tendencia determinados como el collage.



Fotograma Peter Capusotto y sus videos Cap 6 del corpus

- Es gracioso cuando usan dispositivos plásticos que revelan el artificio a propósito, como el uso de muñecos nara realistas para representar a los actores.



Fotograma Peter Capusotto y sus videos Cap 9 del corpus

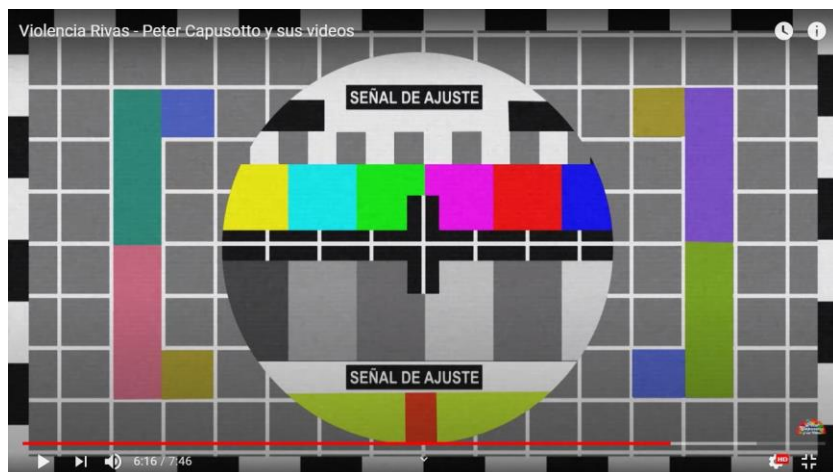
13.1.2.8 ACCIÓN CONNOTATIVA

Esto es específico de cada pieza audiovisual, pero se tiene que ver un trabajo conjunto, un sentido holístico donde los elementos audiovisuales comunicativos actúan en función de un mismo fin. Los elementos audiovisuales comunicativos tienen en claro que hay una acción connotativa que juntos buscan transmitir y ese es el meollo del asunto de la integración entre el fondo y la forma audiovisual.

13.1.3 Elementos audiovisuales comunicativos según el enfoque de montaje y edición

13.1.3.1 PUESTA EN MONTAJE

- Los planos son cortos y ágiles, no hay espacios que estén vacíos de información. Se realizan cortes representativos del formato youtuber al final de cada oración, generalmente al cerrar una idea. Cuando hay un toque humorístico suele acompañarse de un corte rápido, para “no esperar aplausos” y no quitarle fuerza al chiste.
- Hay una tendencia a ubicar grandes cantidades de información en lapsos muy cortos, por lo que su asimilación puede ser densa para algunos usuarios.
- Si hay herramientas de corte estructuralista para administrar la información, el espectador tiene una guía esquemática para organizar la información que está recibiendo. Una buena estrategia de montaje son los textos y letreros extradieгéticos, más la voz en off del narrador que marca el ritmo de la progresión narrativa. El montaje está hecho para conocer información de muchos temas en tiempos muy cortos, pero bajo un grado básico de profundidad y desglose.
- Cuando se trabaja con material pre existente, es aquí donde la narración toma forma
- En los contenidos web vuelven a tomar vigencia las transiciones, en las que se destacan los ruidos blancos y las barras de color SMPTE



Fotograma Peter Capusotto y sus videos Cap 9 del corpus

- Una herramienta útil de montaje es el uso de montaje alterno o paralelo, o tener una situación dramática que atraviese transversalmente el capítulo.
- Otro recurso frecuente es la fragmentación del encuadre para administrar la información.



Fotograma Hola soy Danny Cap 3 del corpus

- El montaje usualmente termina con la emoción por lo alto, o sin una sensación de conclusión, esto para motivar al usuario a ver a que explore otros contenidos del canal. la sensación de que una serie web debe acabar siempre con la emoción por lo alto.

13.1.3.2 ADMINISTRACIÓN DE LAS IMÁGENES DE ARCHIVO

- En el audiovisual web es muy común insertar material de archivo, ya sean fotos o videos en una parte del encuadre o en su totalidad. El material de archivo suele ir alternado con el material que se ha rodado.
- El material de archivo tiene el fin de contextualizar, proporcionar un bagaje o rematar un chiste. Y se muestra sólo un fragmento, el momento exacto de la intención comunicativa, de lo contrario haría perder ritmo a la progresión del capítulo.
- Cuando solo se cuenta con material de archivo, de su relación armónica dependen los sentidos y contrasentidos que se quiere transmitir.
- Re sonorizar el material de archivo es una propuesta creativa muy efectiva para hacer humor.
- Se puede concebir el material de archivo también como un formato o un estilo estético, dado que se puede dar esta apariencia a material rodado con un fin comunicativo específico.
- El material de archivo puede venir de una película, televisión, videojuegos, comerciales, segmentos de noticieros, entre otros, y es común que se utilicen distintas fuentes para dar un relieve o apariencia de collage, que también responde a otro tipo de unidad estética

13.1.3.3 RITMO

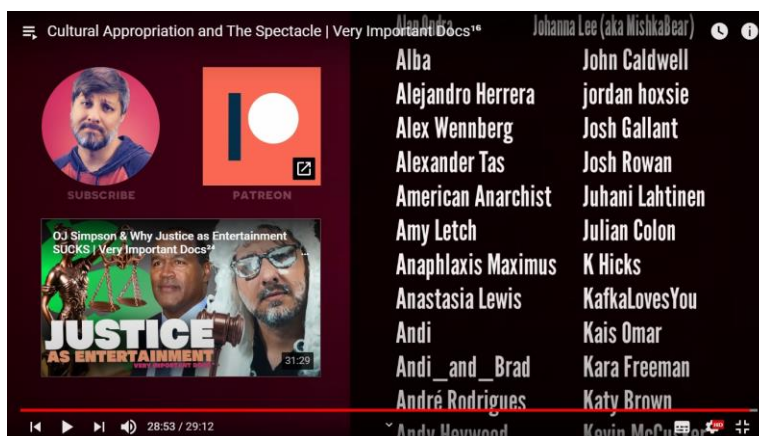
- El ritmo en la mayoría del tiempo es ágil, rápido y concreto.
- Tiene gran cantidad de información superficial en planos muy cortos
- Se suele cambiar el foco de la información en distintos elementos audiovisuales comunicativos, para no dejar que la información recaiga enteramente en los diálogos, pues se puede volver tedioso.
- Entre tanta cantidad de información, se suele dejar pequeños espacios distribuidos a lo largo del capítulo para darle al usuario la oportunidad de tomar aire o detenerse a procesar alguna idea.

13.1.3.4 CONTINUIDAD

- Cuando no hay un pacto de ficción, en el que se muestra algo ficticio lo más verosímil posible (característico del cine de ficción), no se es tan rígido en la realidad que pretende emular el capítulo. Todo es una simulación o una representación, por lo que no se es tan estricto con la continuidad o verosimilitud. Esto se asemeja al efecto de distanciamiento brechtiano dentro de las dramaturgias. En donde si hay un pacto de ficción se mantiene el racor físico con detalle.
- El racor emocional está siempre presente porque las emociones son muy reales
- El racor físico se puede evidenciar más en los vestuarios y maquillaje.
- En este tipo de contenidos también se aplica el recurso de la elipsis para hacer cambios en la continuidad física o emocional.
- Una emoción postiza o artificiosa está bien cuando esta es su intencionalidad, de lo contrario rompe con la continuidad emocional y el capítulo se torna forzado.

13.1.3.5 CRÉDITOS

No hay créditos formales en la mayoría de capítulos. Hay identidades visuales que suelen tener hipervínculos a otro contenido, o una invitación a inscribirse al canal. Los créditos suelen ser solo unos letreros al inicio presentando el capítulo. Hay una estética gráfica de la interfaz que está presente en todo. Es frecuente poner una lista animada de los patrons del canal por sobre el equipo de producción del mismo.



Fotograma Peter Coffin Cap 15 del corpus

13.1.3.6 COLORIZACIÓN

- No es frecuente un trabajo de colorización de los productos. Cuando lo hay, está enfocado en igualar la luz y hacer retoques mínimos de la imagen.
- Se usan variaciones de la temperatura de color o poner un tono específico a la imagen con una finalidad estética o narrativa. también para darle un look televisivo o lo que se busque emular, esto como ejemplo de fin narrativo
- Cuando se usa pantalla verde es muy importante colorizar para lograr una homogeneidad para que funcione el efecto.

13.1.3.7 SONIDOS DE POSTPRODUCCIÓN

Los sonidos o efectos que no se pensaban desde el guión, pero ayudan a dar dinamismo. Se destacan los sonidos que pueden acompañar los cambios de plano, cortinillas y transiciones sonoras. Es en la post donde se toman decisiones respecto a ellos en función de su comicidad y del gancho que puedan generar con el usuario.

13.1.3.8 DISEÑO DIGITAL

- Hay una variedad de efectos digitales recurrentes como el juego de imágenes en blanco y negro, efecto glitch, la superposición de imágenes, escalada y desescalada de imágenes, o el más común, la pantalla verde.



Fotograma Hola soy Danny Cap 2 del corpus

- Los sellos de identidad deben estar presentes en los diseños propios del canal.



Fotograma Hola soy Danny Cap 1 del corpus

- Las animaciones y graficaciones son muy importantes porque le dan vida a lo inanimado, interviene lo existente, y hace dialogar la digitalidad con un mundo audiovisual en desarrollo.
- Hay una variedad de recursos digitales recurrentes como las cortinillas, transiciones, plantillas para imágenes en otro formato u otra relación de aspecto, letreros.



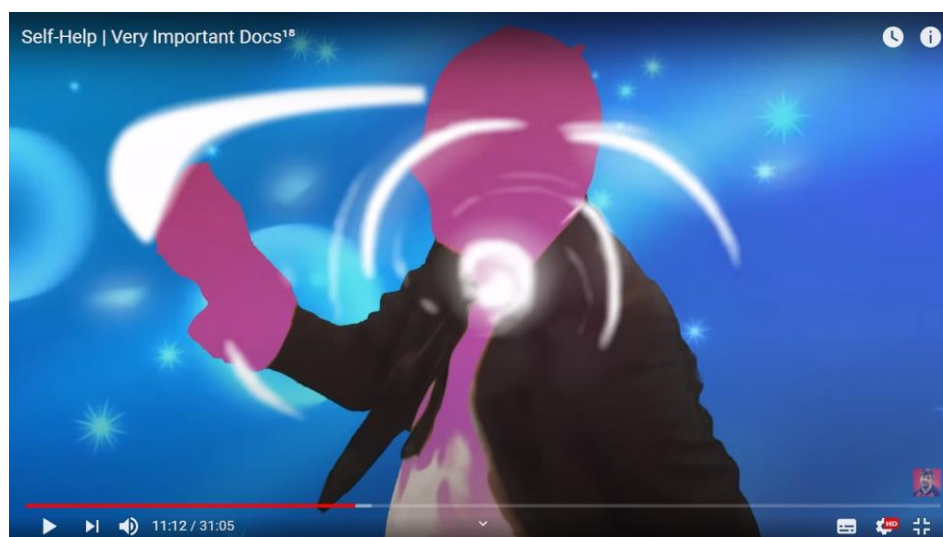
Fotograma Hola soy Danny Cap 3 del corpus

- Hay efectos que develan las costuras de la producción y consiguen efectos cómicos, popularmente llamados macheteros o mañes, y se hacen con esta intención. Otros efectos tienen éxito cuando se ven de la manera más articulada o invisiblemente posible.



Fotograma Peter Capusotto y sus videos Cap 10 del corpus

- Se puede parodiar o emular efectos o diseños referentes a la cultura popular, como la transición de Batman o de SailorMoon por ejemplo.



Fotograma Peter Coffin Cap 13 del corpus

13.2 Cuestionario para análisis de literatura científica

A continuación se hará una síntesis de los hallazgos en el método de análisis de literatura científica que acompaña al primer objetivo específico. Se partió de tres tópicos en cuyo análisis está un aporte significativo tanto en la conceptualización de Oink por Oink, como en la ampliación del dominio de los campos temáticos y de acción en los que la serie se desenvolverá. Los tres tópicos son:

- A. La incidencia social de los contenidos de YouTube en Colombia y los hábitos de consumo de contenido audiovisual web en los jóvenes
- B. La descripción de las generaciones Y y Z en Colombia
- C. El universo narrativo e impacto cultural de los contenidos audiovisuales televisivos del humorista Jaime Garzón en Colombia.

El análisis se hará respondiendo el siguiente cuestionario, el cual condensa las necesidades temáticas y puntuales de conocimiento que se pretende solventar.

A. La incidencia social de los contenidos de YouTube en Colombia.

1. ¿Cómo influyen los contenidos audiovisuales web de YouTube en los hábitos de consumo de contenidos audiovisuales de los jóvenes colombianos?

Los contenidos audiovisuales web alojados en plataformas como YouTube, marcan no sólo tendencias de consumo audiovisual en los jóvenes, sino que permiten hacer lecturas de la transformación en la comunicación que se vive en este tiempo, bajo dinámicas y lenguajes propios de los entornos digitales. “No podríamos considerar los medios audiovisuales como una simple evolución de la tecnología, ni como un simple instrumento “mecanizante” a través del cual discurren los discursos comunicativos de hoy. Las características propias del medio también influyen y determinan la naturaleza y las formas de los procesos comunicativos. Pero además, ejercen una poderosa influencia en las maneras de socialización.” (González y Arango, 2009, p.

219). Hablar de nuevas maneras de socialización, otorga a los contenidos digitales un rol activo como mediador o proveedor de marcos de interacción en los jóvenes, tanto en redes como en el mundo real.

Para hablar de nuevos hábitos de consumo en contenidos audiovisuales online, es necesario volver la mirada hacia los antiguos, correspondientes a la televisión como un antecesor del auge de internet, que si bien no se puede afirmar que esté extinta, ni siquiera en decadencia, tiene una línea lo suficientemente gruesa que la dista de las redes. El fenómeno de contenidos a la carta, o personalizados a cada espectador, no son nuevos ni están ligados a la internet. La aparición de la señal por cable, aunque siendo privada, brinda una variedad de contenido en canales y programación que se ajustan cada vez más al perfil de cada televidente. “La dinámica de las transmisiones digitales vía cable y satélite, caracterizadas principalmente por la sobreoferta de contenidos, ha obligado también a una nueva relación entre el medio y su público, generando de paso una compleja reclasificación y redefinición de las audiencias” (Arango y Gonzales 2019, p. 216). Dicha oferta permite crear lazos de identidad entre el espectador y los contenidos que consume, en contraste con los que no, reflejándose en nichos de consumo determinados por factores como la edad, intereses temáticos o capacidad adquisitiva de cara a la pauta publicitaria que acompaña los programas. Sunstein (como se citó en González y Arango, 2019, p.219) afirma que “Es aquí cuando hablamos de la polarización, fenómeno que podemos definir como el resultado de la reconfiguración de la audiencia masiva en múltiples nichos de audiencias pequeñas, caracterizadas por integrar comunidades alrededor de intereses muy específicos y particulares, dando como resultado diversidad de puntos de vista y divergencias de opinión frente a otros nichos igualmente fragmentados. Aunque dicha polarización puede ser abordada bajo distintos enfoques como el sociológico, para una industria productora de contenidos significa que su público está lejos de ser un ente homogéneo y pasivo. Parafraseando a Toffler (1990) vivimos en una enorme sociedad multicanal, que en términos de mercadeo es tanto un reto como una oportunidad.

Una investigación realizada en el año 2009 por el Observatorio de Medios de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Sabana, permitió hacer un diagnóstico de los hábitos de consumo televisivos en 7.432 jóvenes, universitarios y colegiales, en distintas ciudades de Colombia. El estudio arrojó que la gran mayoría de encuestados cuenta con un sistema de

televisión por suscripción, al que dedica las horas nocturnas entre semana. En los fines de semana el panorama de consumo cambia, pues la tarde se convierte en el momento preferido para ver televisión con un consumo promedio de 3 horas.

Se podría concluir que la variedad en hábitos de consumo es un efecto de la variedad y flexibilidad horaria en la oferta, donde es esta la que se adecua a los tiempos del espectador y no al revés como se hacía en otro tiempo.

Es importante destacar que dentro del contenido de la programación televisiva, los jóvenes tienen diversas perspectivas sobre el grado de representación que se tiene de la identidad nacional. Por una parte hay quienes aseguran que en formatos como la telenovela costumbrista, se refleja la idiosincrasia de algunos sectores del país, sobre todo en la caracterización de personajes. Otros opinan que se representa parcialmente en algunos contenidos, tanto en aspectos positivos como negativos, destacándose entre estos últimos las narconovelas. Para Oink por Oink es importante la percepción de la representación del país, puesto que al ser la actualidad nacional su mayor insumo temático, debe saber qué estrategias y referentes de identidad han sido exitosos en los televidentes, quienes años después también serán usuarios del contenido audiovisual web.

El estudio se llevó a cabo hace poco más de 10 años, no obstante muchos de sus hallazgos aún tienen vigencia para entender las dinámicas de consumo televisivo en los jóvenes. La investigación está ubicada en un momento en el que las redes sociales ya estaban tomando fuerza en Colombia para llegar a ser lo que son hoy. En ella se dedica un apartado a explorar tendencias de consumo de televisión a través de Internet en la juventud colombiana, lo que abriría las puertas a la indagación de los hábitos de consumo de contenidos audiovisuales web, uno de tantos factores que convocan el presente proyecto de investigación creación. El 53% de los encuestados consume televisión a través de internet. De igual manera, se encontró que el 52,4% de quienes consumen lo hace menos de una hora en un día entre semana, y el 50,7% lo hace menos de una hora en un día de fin de semana. Si bien en este momento no es equiparable al consumo de televisión, tiene significativos niveles de penetración en los jóvenes, siendo los contenidos de entretenimiento y los culturales los de mayor preferencia.

Hablando en términos de los hábitos de consumo más actuales, el artículo “Apropiación y hábitos de consumo de jóvenes en Colombia frente al contenido de los youtubers” (2016) de Orlando González Gómez, buscaba examinar los nuevos hábitos de consumo de jóvenes colombianos frente a los contenidos audiovisuales web, especialmente los alojados en la plataforma YouTube, realizados por sus prosumidores nativos, los *youtubers*. Esto se llevó a cabo aplicando una metodología cualitativa y cuantitativa, con una población conformada por jóvenes entre los 14 y 20 años. Para elaborar la muestra se hizo una selección de 200 estudiantes del Colegio Kennedy I.E.D., institución ubicada en la localidad de Kennedy, al sur de Bogotá. La recolección de la información se realizó entre julio y octubre de 2016.

Entre los resultados que el estudio arrojó, tenemos que el público analizado prefiere a YouTube por sobre otras redes sociales; reconoce y se identifica con los youtubers locales y busca mayoritariamente contenidos en formato de tutorial. Entre los formatos más representativos, Pérez y Gómez (como se citó en Gonzáles, 2018) destacan el *remix*, los *fan-vids*, el *lip-dub*, los videos de habilidades artísticas o físicas, los *bloopers*, el *videoblog* testimonial o *vlog*, los *webisodes*, los *sketches*, los tutoriales, los *gameplays* y los registros documentales. Las audiencias juveniles se decantan por los temas de educación y tecnología, en especial a través de los tutoriales, lo que muestra una necesidad de conocer y aprender. Un 40% consume tutoriales, seguidos por contenidos humorísticos (15%) y videos musicales (12%). Es también tema de búsqueda la narrativa argumental de las series (9%), videojuegos (7%) al igual que contenidos educativos (7%), así como relatos de vida (5%) y cine (5%), y no muestran interés en la publicidad. Nuevamente la sectorización es un síntoma de la abundante oferta que tienen los usuarios, esta vez al alcance de un click.

Por otra parte se aprecia un cambio en los hábitos de apropiación, debido a la identificación con los discursos y a los formatos ligeros, espontáneos y con narrativas creativas, que los jóvenes consumen en simultáneo a la realización de otras tareas y que pueden repetir y compartir en cualquier tiempo y lugar. Un 29% hacen labores o quehaceres domésticos mientras reproducen los contenidos multimedia en YouTube; un 23% realiza actividades escolares; un 22% mira los videos mientras come. Otros hábitos que conviven con el consumo de esta plataforma son estudiar (4%), reunirse con amigos (6%), descansar (6 %) y escuchar música

(10%). La habilidad *multitask* o multitarea es una característica de este tiempo, marcado por una sobre estimulación mediática del usuario y el culto al máximo aprovechamiento del tiempo.

Otro estudio relevante es el de *ConsumerLab TV & Media*, que en su séptima edición del reporte anual señala que en Colombia el promedio de consumo de televisión y video en dispositivos móviles ha aumentado en más de 500 horas desde el 2012: de 13,3 horas semanales en 2012 a 23,6 horas en 2016. El informe, además, detalla que los consumidores de 16 a 34 años emplean cuatro horas más a la semana viendo contenido generado por usuarios. Asimismo, el 64% de los encuestados reconocieron que miran contenidos en YouTube a diario y un 25% permanece en la plataforma de vídeos más de tres horas por día. Esto muestra que esta red social se ha convertido en un medio relevante para los consumidores colombianos, que pasan un buen tiempo allí y encuentran una variedad de contenidos, profesionales y *amateurs*.

Al analizar qué ven los jóvenes se pueden tejer las perspectivas más relevantes acerca del impacto de YouTube en sus vidas, puesto que se comprende cómo buscan en los contenidos audiovisuales digitales reflejos y aproximaciones de lo que ocurre en su cotidiano. Los hábitos de consumo de contenidos audiovisuales web en los jóvenes colombianos están definidos por una programación que se ajusta a sus intereses y propio ritmo de consumo, con contenidos ágiles, dinámicos, que se consumen a la par con la realización de otras tareas y con una preponderancia de la imagen sobre cualquier otro elemento. Contenidos con los que se puedan identificar y mediante un rol activo y participante, verse representados en un contenido que es la metonimia de toda una generación.

2. ¿Cómo los contenidos audiovisuales de YouTube transforman las lógicas sociales de creación y circulación de contenido audiovisual?

El actual escenario por excelencia de creación y circulación de contenido audiovisual web, las redes sociales, son un espacio no hegemónico, que no se define o guía exclusivamente por un ente regulador, a diferencia de medios como el cine, la prensa o la televisión, que a pesar

de estar en continua transformación, aún responden a una industria, agenda *setting* o intereses privados demarcados. Son escasas las personas que pueden acceder a un set o un estudio de grabación, en cambio un número significativo de personas, aunque no todas, puede acceder a un celular o un computador. Deleuze (como se citó en Calvi, 2010, p.3) afirma que «Es sencillo hacer corresponder a cada tipo de sociedad un tipo de máquina, no porque las máquinas sean determinantes, sino porque ellas expresan las formaciones sociales de las cuales surgen y a las cuales sirven». El hecho de que haya mayor acceso a dispositivos tecnológicos y recursos técnicos para facilitar la información, es un reflejo de nuestra sociedad, donde son muchos los que quieren crear porque tienen algo que decir o contradecir, ofrecer o consumir. Esta realidad podría acercarnos a una democratización de los medios e información, pero no significa que deje a todos a un mismo nivel de interlocución, pues hay otros factores mediadores que nacen del mismo eco de las dinámicas digitales internas.

Dentro de la sociología, Émile Durkheim propone una perspectiva macrosocial, la cual plantea que las estructuras sociales funcionan como un agente regulador externo, y condicionan desde un nivel general las relaciones localizadas entre los individuos. El problema de estas perspectivas es que no pueden explicar la multiplicidad social, ni cómo se produce la creación de lo nuevo, lo diverso, lo singular y lo diferente (Calvi, 2010, p.3). Una perspectiva macrosocial puede resultar reduccionista para ciertos campos, pues parte de la existencia de fuerzas sociales externas que subordinan, condicionan o predicen el actuar de millones de individuos de una sociedad en una determinada conducta. Sin embargo, una perspectiva microsocia, como lo es la que defiende Gabriel Tarde (como se cita en Calvi, 2010, p.3) plantea otro panorama. La perspectiva inversa, de acuerdo con Tarde, explica lo social como expresión de las infinitas variaciones individuales y al individuo no como producto de la determinación de lo social, sino lo social como expresión de la acción de millones de individuos singulares. Según lo microsocia, son dichos lazos entre individuos los que configuran las estructuras sociales desde un nivel interpersonal a uno más general.

Analizando sociológicamente la creación y circulación de los contenidos audiovisuales web, hay una clara tendencia a lo microsocia por sobre lo macrosocia. Los entes reguladores no son externos, mucho menos absolutos, y no marcan un ritmo de comportamiento social digital o dinámicas creadoras de contenido. Las dinámicas de creación y circulación de contenidos nacen

de la misma interacción entre individuos, auto regulada y espontánea, que atendiendo a ciertas tendencias, fenómenos y marcos referenciales ligados a nichos particulares, hace que el actuar social en red esté regulado entre los mismos creadores, consumidores, y prosumidores. La industria por su parte se presenta como un agente que detecta las tendencias a partir del manejo de datos y mediciones estadísticas, siendo éste su *modus operandi* para un *marketing* que se inventa a partir del estudio del comportamiento e inter relacionamiento entre individuos.

La viralidad en redes se convierte en un tesoro, y para llegar a él hay una competencia por la innovación y valor agregado que cada creador inyecte a su contenido, para captar la poca atención disponible dentro un océano de sobre estimulación y sobreoferta. El surgimiento de herramientas para hacer diagnósticos como hashtags, la consolidación de figuras como *influencers*, estrategias digitales lideradas por *community managers*, con llamados a la acción dirigidos a cada individuo; son síntomas de la necesidad de entender al usuario como una unidad básica para hacerse una imagen holística del comportamiento social digital. Por otra parte, no es casualidad el enorme interés que tiene el *digital marketing* en la suma de comportamientos individuales, e incluso el exitoso negocio de datos de millones de usuarios con fenómenos como la *Big data*, siendo testimonios de la importancia del usuario como población potencial para la creación y la decisión a futuro.

Para que una conducta exista socialmente debe ser imitada, y en este contexto se vale decir que replicada o compartida en red. Esto consolida la formación de conductas patronímicas que además son efímeras y volátiles, y desaparecen a un ritmo más veloz que cualquier intento de teorizarlas. Estos flujos no conforman circuitos de comunicación separados, sino que constituyen un mismo territorio de elementos audiovisuales que se penetran y se retroalimentan (Calvi, 2010, p.4). Este territorio de elementos audiovisuales es autónomo, creando su propio marco referencial que se autorregula, y por tanto se sostiene a sí mismo.

A manera de conclusión se podría decir que un análisis microsocia para la creación y circulación de contenidos audiovisuales web es acertado, en virtud de que concibe al usuario como unidad mínima fundamental. Resulta importante para Oink por Oink una perspectiva microsocia, por el carácter innovador que busca lograr, indagándose por la particularidad de los

individuos que componen su público objetivo, en el campo del humor de actualidad colombiana, dentro del cual es necesario un espacio para la proposición y la creación.

B. La descripción de las generaciones Y y Z en Colombia con sus hábitos de consumo de contenido audiovisual web

1. ¿Qué caracteriza a las generaciones Y y Z en Colombia actualmente?

Las generaciones o grupos generacionales son segmentos de población que se agrupan por su fecha de nacimiento y rasgos culturales comunes correspondientes a un momento histórico. Es difícil trazar una frontera cronológica que delimite a estas dos generaciones. En ello intervienen factores culturales y sociales de cada contexto, que particulariza a las generaciones dentro de cada espacio, pero en una sintonía constante con los rasgos generacionales más comunes en una escala global. La brecha entre las generaciones Y (*millennials*) y Z (*centennials*) en Colombia, está influenciada por el nivel de penetración de la tecnología en el país, relacionada con factores como una predominante herencia rural en las ciudades, y el conflicto armado interno.

Generación Y (*millennials*)

También llamada generación milénica. Teniendo en cuenta el desfase de los *millennials* colombianos respecto a los países desarrollados, Sierra y Yépez (2018), ubican a la generación Y entre los inicios de los años ochenta y la primera mitad de los años 90.

Se caracterizan por haber vivido a temprana edad y en un nivel desarrollado de conciencia la migración de lo analógico a lo digital. Por este motivo, encuentran en las tecnologías y los medios digitales de información herramientas que dinamizan y los aproximan a sus ideales de vida, sin que las tecnologías sean ejes fundamentales en la misma.

Ellos conciben los adelantos tecnológicos como una manifestación del futuro que se proyectaba en las películas y otros relatos de ciencia ficción con los que crecieron. El uso de redes sociales se basa más en la interacción cercana y diálogo de oportunidades de

emprendimiento. A diferencia de sus padres, una estabilidad económica acompañada de una gran acumulación de capital familiar deja de ser una prioridad en sus vidas. Según una encuesta publicada en el portal web “Bogotá te escucha” de la alcaldía de Bogotá en el 2019, los intereses de los *millennials* en Colombia van más por la línea de fundar su propio negocio, impactar positivamente en la sociedad y recorrer el mundo. “El 98% de los *millennials* en el país consideraría unirse a la economía *geek*, un modelo de empleo basado en trabajos cortos, *freelance* y relacionados con el desarrollo de las tecnologías de información.”(Medina,2019). Al igual que otra información referente a su panorama económico y social, se puede apreciar en el siguiente gráfico:



Gráfica 3. Estadísticas sobre millennials colombianos. Fuente: Estas son las preocupaciones de los millennials colombianos en 2019. Medina (2019)

Los *millennials* tienen claro que su identidad no depende del trabajo, sino que se construye en otros escenarios paralelos al mismo, por ejemplo sus hobbies, su familia y sus sueños a corto y largo plazo. Asumen una actitud diferente a la figura jerárquica del jefe, pues

optan por la figura del líder, quien no ve en ellos un valor utilitario de producción, sino un valor humano que buscan destacar en su trabajo. Giraldo (2018) afirma que un mal líder trata a todos por igual, en cambio un buen líder segmenta. Dicha segmentación se hace ubicando el valor humano de las personas dentro de una dinámica laboral, buscando trascender una cadena de producción y llegando a una experiencia laboral integral.

Hay una heterogeneidad bastante marcada por las condiciones sociodemográficas para la generación Y en Colombia. Una investigación realizada por la universidad EAFIT en el 2018, propone una clasificación del millennial colombiano en cuatro grupos en torno a dichas condiciones sociodemográficas.



Gráfica 4. Combinación de categorías y tipos de millennials. Fuente: *El millennial colombiano no es como lo pintan* González et al (2018)

La anterior categorización en 4 grupos de *millennials* permite ver la relación entre 3 factores representativos de los intereses de este grupo generacional: La familia, las aspiraciones económicas y las aspiraciones educativas. El diálogo entre estos factores resulta en distintas proyecciones de vida para cada individuo, quien las jerarquiza según sus prioridades e ideales a futuro.

Generación Z (*Centennials*)

También llamada generación posmilénica. Respondiendo al mismo desfase de los *millennials*, según Sierra y Yépez (2018) los *centennials* se pueden ubicar entre la última mitad de los años noventa y finales de la primera década del siglo XXI.

Son nativos digitales, cuyo crecimiento se ha dado de manera paralela al desarrollo de la digitalidad y de los avances tecnológicos, especialmente la internet. Lo que para la generación Y o sus antecesores era el futuro, para la generación Z pasa inadvertida como un presente. Al día de hoy, finales de la segunda década del siglo XXI, aún están en proceso de crecimiento y configuración de su carácter y personalidad. Usan las redes sociales como una bitácora de los sucesos cotidianos, siendo partícipes de tendencias mediáticas y modas que los invitan a compartir su intimidad con el mundo en tiempo real. Para ello, son comunes herramientas como la geoubicación y las etiquetas. La imagen vuelve a tener protagonismo como vehículo de mensajes y sentidos, de ahí la importancia de la selfie como dispositivo de auto reconocimiento en sociedad, y emoticones y memes contemporáneos como lenguaje eficaz y pragmático.

Su vida gira en torno a la conectividad a internet, y por consecuente, a una relación con la información y los fenómenos basada en la inmediatez. En el ejercicio de su autoreconocimiento en el mundo, los *centennials* están hiperconectados con la otredad, y con diversos puntos de referencia en la sociedad del consumo, cosa que los hace susceptibles de padecer ansiedad y depresión. Sus padres frecuentemente los consideran desprovistos de herramientas para lidiar con su entorno, cosa que generalmente retrasa su proceso de independencia hacia ellos. Su facilidad para acceder a la información los ha dotado de una conciencia en torno a la globalidad, donde se perciben como individuos del mundo y para el mundo, y cuyas acciones pueden tener repercusiones no solo a un nivel local, sino también global. Por esta razón su singularidad es un tesoro, puesto que les da la oportunidad de ser únicos, cosa que los lleva a incursionar en diversidad de tendencias para evitar ser encasillados.

Los *centennials* se han construido en relación con los fenómenos tanto globales como locales que les han acontecido. La publicación “Centennials, una generación sin etiquetas (2018)” de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, describe algunos hitos relevantes en los últimos 20 años para el desarrollo de los *centennials* colombianos en relación con la historia reciente tanto de Colombia como del mundo. Dichos sucesos están organizados en la siguiente tabla.

Boom de la telefonía móvil	1998
- Asesinato de Jaime Garzón - Estreno de la película “Matrix”	1999

<ul style="list-style-type: none"> - Lanzamiento del primer Ipod Classic <li style="padding-left: 20px;">- Atentados del 9/11 - “Wikipedia” se abre a todo el mundo 	2001
Alvaro Uribe Velez asume la presidencia de Colombia	2002
Lanzamiento de la telenovela mexicana “Rebelde”	2004
Creación de YouTube	2005
<ul style="list-style-type: none"> - Reelección de Álvaro Uribe como presidente de Colombia - Cualquier persona mayor de 13 años puede registrarse en Facebook 	2006
Lanzamiento del primer Iphone (masificación de los teléfonos inteligentes)	2007
<ul style="list-style-type: none"> - Gobierno colombiano interviene pirámides como DMG Y DRFE - Barack Obama se convierte en el primer presidente negro de los Estados Unidos - Inicio de la crisis económica mundial 	2008
<ul style="list-style-type: none"> - Primera criptomoneda <i>Bitcoin</i> - Muerte de Michael Jackson 	2009
<ul style="list-style-type: none"> - Juan Manuel Santos se posesiona como presidente de Colombia <li style="padding-left: 20px;">- Lanzamiento de Instagram - La mayor filtración de la historia en 	2010

<p>Estados Unidos realizada por “Wikileaks”</p> <ul style="list-style-type: none"> - Argentina legaliza el matrimonio gay - Dilma Rousseff es la primera mujer presidenta de Brasil - Mundial de Fútbol en Sudáfrica 	
<ul style="list-style-type: none"> - Ejecución de la operación Odiseo que dió de baja al máximo jefe de las FARC alias “Alfonso Cano” - Lanzamiento de Snapchat - Muerte de Osama Bin Laden - Comienza la guerra civil en Siria 	2011
<p>Whatsapp revoluciona la mensajería instantánea en la telefonía móvil</p>	2012
<ul style="list-style-type: none"> - El papa Francisco es el primer pontífice latinoamericano - Primera unión civil entre una pareja del mismo género en Colombia 	2013
<ul style="list-style-type: none"> - La señorita Colombia Paulina Vega es elegida Miss Universo - Atentado en París en contra de Charlie Hebdo 	2015
<ul style="list-style-type: none"> - Gana el “No” en el plebiscito por la paz en Colombia - El youtuber German Garmendia asiste a la feria del libro en Bogotá - El game profesional colombiano Julian Escobar asiste a la copa 	2016

latinoamericana norte de League of Legends - Primer episodio de la serie estadounidense “Stranger Things”	
- Concierto de Justin Bieber en Colombia - Se lanza la canción “Felices los 4” de Maluma - Lanzamiento del hit mundial “Despacito” de Luis Fonsi y Daddy Yankee	2017
- Lanzamiento de la película “Ready player one” - Mundial de Fútbol en Rusia	2018

Los anteriores sucesos históricos responden a ámbitos políticos, económicos, sociales, pero principalmente mediáticos y de la industria del entretenimiento. Esto habla directamente sobre la influencia que tienen los medios en esta generación, las tendencias, el ocio, la comunicación y la interactividad. Bajo la idea de aldea global, la generación Z asimila con mayor facilidad los fenómenos mundiales sintiéndose directamente involucrados, y con ello asumen su propio pensamiento e ideología. Es a partir de estos sucesos que construyen su ser político, así provengan del ocio o lo mediático, pues esto es un testimonio de que cada cosa en el mundo tiene y puede devenir en un acto político.

Respecto a su percepción del futuro y lo que buscan para sus vidas, los *centennials* consideran que el dinero no es un artefacto central en sus vidas. Más bien el dinero puede ser una consecuencia de otras búsquedas como seguidores y posicionamiento en redes sociales, ya que en este tipo de entornos es en donde ellos han encontrado distintos valores de cambio. La generación Z es precoz en usar la creación de empresas como herramienta de cambio social en

materias como medio ambiente, la desigualdad o la participación ciudadana, y el eco que esto debe tener en las redes sociales es indispensable.

Conclusiones sobre las generaciones Y y Z

Para ambas generaciones, esta distinción no es más que una generalidad, pues no brinda más que una aproximación al entendimiento de la complejidad de un grupo social. Inclusive sus rangos cronológicos pueden ser inexactos, presentándose fenómenos como espectros de transición en la frontera entre dos generaciones, lo que hace que se pueda tender más hacia la anterior o la siguiente, depende de las condiciones de cada individuo. Estas dos generaciones constituyen una gran fracción de la sociedad, y dentro de algunos años serán su fuerza productiva más abundante bajo dinámicas que aún siguen evolucionando.

Su proximidad a la tecnología, el diálogo constante de información y oportunidades en la web, y la búsqueda de un entendimiento de la sociedad para influir en su transformación, son características comunes en *millennials* y *centennials*. Por esta razón se posicionan como el público ideal para la serie web de humor de actualidad colombiana “Oink por Oink”. No obstante, de estas dos generaciones, son los *centennials* quienes encarnan el grueso del público objetivo, puesto que los audiovisuales web están presentes en su vida transversalmente, configurando un lenguaje común entre pares para relacionarse con el mundo, y no tanto como una alternativa informativa o de entretenimiento como lo puede ser más para los *millennials*. El crecimiento de los *centennials* se ha dado a la par con el desarrollo de los contenidos audiovisuales web, tanto que alimentan su carácter y personalidad a través de un diálogo bidireccional con ellos. Si bien Oink por Oink va dirigida tanto a *millennials* como *centennials*, son en estos últimos en quienes se enfatiza el mensaje.

2. ¿Cómo se describen los hábitos de consumo audiovisual web de las generaciones Y y Z en Colombia en la actualidad?

El consumo de contenidos audiovisuales web se ha ido abriendo frente a los contenidos tradicionales. Si bien el cine y la televisión convencional aún se mantienen, y se mantendrán vigentes, han tenido que reconocer el papel que tienen los contenidos y plataformas web en los

jóvenes, y por tanto re pensarse en función de un escenario más amplio y diverso, en donde hay muchas más oferta tanto que demanda. La presencia de plataformas VOD (video bajo demanda por sus siglas en inglés) como Netflix, es un ejemplo de que los contenidos se han ido personificando hasta tal punto en que se tiene una oferta a la medida de cada persona, quien está dispuesta a comprar dicha especificidad. Por otra parte, hay plataformas abiertas en las que mediante un buscador, el usuario localiza el contenido de su preferencia, tales como Vimeo, y la más popular YouTube.

Un elemento de consumo de contenido audiovisual web es la migración a pantallas más pequeñas, generalmente las de los *smartphones* que se han convertido en la principal herramienta de recepción. Los audiovisuales web frecuentemente van acompañados de un visionado multipantalla y multitarea, por las distintas actividades que los jóvenes realizan paralelamente desde sus móviles como la mensajería en línea. Es importante destacar que este tipo de contenidos no se reducen a ficciones argumentales, sino que se abren a todo tipo de lenguajes y formatos que se soporten en la comunicación audiovisual. Además de contenidos de no ficción, informativos o híbridos, se destacan los contenidos de *gamming*, videotutoriales y videoblogs como unos de los más populares. La especificidad del contenido lleva a una segmentación en nichos de interés con demandas de contenidos muy puntuales, lo que lleva a un efecto prosumidor, donde los consumidores de contenido a su vez se vuelven creadores y difusores del mismo.

Los *millennials* tienen búsquedas muy puntuales en cuanto a contenido. Se guían por sus gustos particulares de entretenimiento o si se necesita algún dato puntual sobre algún tema. En todo caso, los audiovisuales web aún se conciben como un método o herramienta aliada dentro del acto comunicativo, por lo que dichos contenidos generalmente no ocupan un eje central en sus vidas. Algunos *millennials* se muestran abiertos o tolerantes frente a los nuevos contenidos web como youtubers, viendo el potencial comunicativo que en ellos reside. Otros en cambio asumen posturas más radicales, considerándolos negativos por sus contenidos irrelevantes y la hiper masividad de información. Los *centennials* en cambio tienden a asumir los audiovisuales web como un agente dentro de su ecosistema de medios, que también es parte inexorable dentro de su ejercicio social, en el que no saber lo suficiente sobre un contenido o un personaje en particular puede significar una posición de desventaja. Asumen con un pensamiento crítico estos contenidos, consolidando sus propios criterios y categorías.

Una investigación realizada en 2018 por la revista “Comunicar” de España, plantea que existen diferencias en el consumo de audiovisuales web que se pueden investigar en torno a pautas de comportamiento en cuanto al género de los jóvenes espectadores. Se destaca que son las mujeres quienes tienen una mayor exposición pública y un profuso intercambio de contenidos frente a los hombres, quienes son consumidores más pasivos de contenido. En los varones hay una tendencia por contenidos sobre humor, deporte y videojuegos, mientras que en las mujeres se destacan contenidos de estética, viajes y ficciones de drama. Sin embargo hay algo común en ambos grupos y es que la tendencia es consumir más que crear.

Es válido que se generen identidades culturales de consumo en ambas generaciones. No obstante, YouTube, que es una plataforma para la visualización, difusión y creación de contenidos, ya no es inherentemente un foco de consumo dentro del mercado. Los influencers presentes también en otras redes sociales como Instagram, quienes frecuentemente son personas del entretenimiento global en música y moda, son quienes generan las tendencias de consumo actualmente. El auge del fenómeno de los youtubers ha perdido relevancia e influencia, tanto por la sobrepoblación de creadores, y la pérdida de novedad. Esto se ha visto reflejado principalmente en la generación Z, quienes reconocen a los youtubers como agentes generadores de contenido dentro de la escena mediática, pero no como una voz de autoridad y liderazgo.

C. El universo narrativo e impacto cultural de los contenidos audiovisuales televisivos del humorista Jaime Garzón en Colombia.

1. ¿Qué caracteriza la propuesta de humor político de Jaime Garzón, en cuanto a su forma y fondo, y cómo esta influiría en los contenidos audiovisuales posteriores de humor político y de actualidad?

Es innegable que para hablar de humor político, y consecuentemente, humor de actualidad en Colombia, es necesario mencionar a Jaime Hernando Garzón Forero. El abogado, periodista y humorista bogotano. Es abundante la información que se encuentra sobre su vida, trayectoria, legado y ser político que marcó a una generación completa. Una de las cosas que más se menciona de él fue el tamaño de su convicción por lo que hacía, siendo también el motivo por lo que fue asesinado por paramilitares aliados con el gobierno de turno. Para no llover sobre

mojado, a continuación resaltaré las características más significativas sobre los elementos audiovisuales comunicativos que Garzón utilizaba para sus contenidos, que a pesar de ser enteramente televisivos, estaban muy adelantados para su época, tanto en su forma como en su fondo. Su manera de entender el humor político y de actualidad, aunque principalmente político, generaría ecos en contenidos audiovisuales posteriores, incluso en los pertenecientes a las redes y entornos digitales.

A pesar de ser quizá su figura más representativa, el humor político y la sátira son por mucho anteriores a los años de Garzón, inclusive antes de estar en un formato audiovisual, tan siquiera visual. En tiempos de la independencia el humor y la sátira política estaban presentes en la prensa y las letras. En “La Bagatela”, periódico creado por Antonio Nariño, había diálogos irónicos y satíricos en donde criticaba a “Don Chispero”, quien personificaba a varios de sus detractores políticos entre ellos Jorge Tadeo Lozano. La tradición del humor político en Colombia también está presente en el mundo del teatro, destacando a Luis Enrique Osorio, cómico que se hizo famoso por su obra “El Doctor Manzanillo”, con gran carga de sátira política; y también Carlos Emilio Campos, mejor conocido como “Campitos”, quien fuera uno de los cómicos más importantes del país en la primera mitad del siglo XX. En el ámbito radial se destacan programas como “La luciérnaga” o “El cocuyo”, conocidos por sus parodias de personajes de la agenda pública. En la televisión se mencionan muchos títulos dentro de la comedia, la sátira y el humor político y de actualidad, entre ellos “Dejémonos de vainas”, “El siguiente programa”, “Sábados felices”; ya entrados en el siglo XXI “La banda de los francotiradores” y luego simplemente “La banda”. Pero unos de los más recordados son los programas conducidos por el mismo Garzón, quien fungía como su actor principal, son “Zoociedad”, emitido entre 1990 y 1993; y “Quac! el noticero”, emitido entre 1995 y 1997.

Tanto Zoociedad como Quack!, eran programas de humor y sátira que integraban el acontecer nacional, la agenda pública y la comedia como un ejercicio lúdico, que al entretener y generar reflexión, mataba dos pájaros de un tiro. En Zoociedad se satirizaba y parodiaba personajes, se disponía de videos y material de archivo coyunturales, y también se dividía el programa en secciones que gozaban de cierta autonomía, pero que mantenían una cohesión temática y de estilo que le daba una unidad. Zoociedad era conducido por Jaime Garzón y Elvia Lucía Dávila, bajo los personajes de “Emerson de Francisco” y “La Pili” respectivamente. Más

adelante, en Quack no sólo se aplican los aprendizajes y aciertos que se tuvo con Zoociedad, sino que se pretendía parodiar el formato de noticiero clásico tan arraigado en el televidente, que con sus toques de humor y sátira, serían la mezcla perfecta para entablar una conexión con la audiencia. Esta vez Garzón estaría acompañado de Diego León Hoyos, interpretando a “Maria Leona Santodomingo” personaje que también brillaría con luz propia. Jaime Garzón se definía a sí mismo como un “mamagallista tiempo completo”, siendo consciente de que el humor como estrategia divulgativa era una fórmula que traería un resultado distinto a la comunicación tradicional, rígida y acartonada que abundaba en el periodismo colombiano. Las risas bajan de sus pedestales a conceptos y personalidades inamovibles, los refrescan y los vuelven dinámicos, cualidad necesaria para una sociedad democrática. Siendo Colombia, un país caracterizado por su sentido del humor, siendo inclusive éste una válvula de escape ante la cruda realidad, sumado a la relación que se construyó con la diversidad de relatos en televisión, radio, cine; hace de este un país en el que el humor y la sátira política se vuelva una estrategia masiva y eficaz, imprescindible para la comunicación social y la reflexión crítica. En saber establecer un diálogo equilibrado entre los conceptos de humor, risa, ironía, sátira política y la subversión, radicaba el éxito de Garzón en sus contenidos.

El humor es tanto una forma de comunicación como de pensamiento, que sabe que puede resultar en la risa, que al igual que la música o el baile se podría decir que es un lenguaje universal en los seres humanos. La ironía es el arte de la no directividad, que va de la mano con la sátira, pues son efectivas cuando es necesario decir verdades con sutileza, y en un escenario político, poner los puntos sobre las íes en miras de hacernos crecer como sociedad. Hablar de subversión es hablar de oposición, de resistencia, de saber que con los recursos anteriormente mencionados se plantea un contrapeso ante una realidad que se considera injusta. Mediante el humor se hace parte de una dialéctica que transforma sin derramamiento de sangre.

Respecto a los elementos audiovisuales comunicativos, Garzón recurría a todo un abanico de posibilidades. Manejaba un tiempo corto para sus sketches o secciones, condensando el chiste en una unidad concreta que se desenvuelve en un ritmo ágil. Los guiones y libretos, para los que contaba con un equipo de trabajo, eran hilados al mínimo detalle, sabiendo distribuir los chistes pensados desde un inicio para ser representados, siempre en plena sintonía con el contexto sociopolítico dentro del cual se enmarcan. La caracterización de sus personajes fue una de sus

más notables virtudes. Garzón los construía física y psicológicamente bien diferenciados, con características claras que permitieran una fácil asimilación en el público. Los insumos para crearlos era la idiosincrasia colombiana para que el espectador pueda identificarse, pero también representaban algún fenómeno clave de la política colombiana. Los efectos digitales básicos acordes a su época, muchas veces ridículos o “macheteros”, generaban un toque cómico que el público recibía bien. Dentro del lenguaje audiovisual se podría decir que era en los planos y la iluminación donde radica la fuerza de la intención comunicativa subordinada a cada uno de sus personajes.

“Respecto a los recursos audiovisuales en QUAC dos características fundamentales acentuaban a los personajes: los planos y la iluminación. Con ellos se lograba remarcar el tinte político de las historias relatadas por ellos y lo que representaban. Lenin detrás de un muro claro al cual se llegaba luego de un discurso y cerrar el plano, Nestor Elí detrás de una persiana en primer plano dando declaraciones frente a los destinos del país, Dioselina en su amplia cocina con luz fuerte y directa, tan directa como sus pensamientos y Godofredo cobijado por una luz oscura, tan oscura como sus pensamientos y lo ácido de sus palabras.” (Ortegón, 2017, p.75).

Los planos y la luz son la materia prima del encuadre audiovisual, pues en la composición de la imagen y la manera en cómo esta se presenta ante el espectador, está su capacidad de retener la atención e influencia en su percepción y estados de ánimo, ambos factores determinantes en el humor.

Todos estos elementos audiovisuales comunicativos construyen una acción connotativa conjunta e integral, que si bien era propia a cada contenido, se podría reunir dentro la búsqueda por la conciencia crítica, la reflexión, la convicción de que es necesario luchar por este país y por su gente, apostándole a manera alternativas de comunicar. Aquí se resalta el humor como una estrategia innovadora, que se abre a la creatividad y libera las tensiones. Esto marcaría la influencia en los contenidos audiovisuales posteriores de humor político y de actualidad. Títulos como “La banda de los francotiradores” y “La banda”, aprenderían bien del legado de Garzón el uso ágil del tiempo corto, la construcción de guiones ingeniosos y quizás su mayor aporte en la performatividad y la caracterización de personajes. Dando un salto temporal grande a contenidos de la segunda mitad del siglo XXI, igualmente televisivos como “La tele letal” o “Voz Populi TV”; o contenidos de entornos web como “Hola soy Danny”, “Wally Opina”, “La Puya” o “El

boletín del gomelo” entre muchos otros, evidencian que la influencia del legado de Garzón se da en la exploración de los recursos audiovisuales, los guiones ingeniosos y la interpretación actoral. No obstante, me arriesgaría a decir que la mayor influencia del legado de Garzón en los contenidos de la actualidad, se ve en la capacidad de escucha con su público, ¿que consumen?, ¿en qué tono hablan?, ¿qué les da risa y qué los moviliza?, gestando así una comunicación más bidireccional que rompa barreras entre los contenidos y sus audiencias.

13.3 Ejercicios de aproximación al género y formato

(El ejercicio resultante de este método titulado “La transformación de Lolo” se encuentra dentro del apartado de anexos, en el *anexo número 3*)

13.4 Ensayos audiovisuales

(Los ensayos audiovisuales pre rodaje titulados: “Saludo de la Tata”, “Saludo de Bonifacio” y “Saludo de Lolo”; se encuentran dentro del apartado de anexos, en el *anexo 4*)

13.5 Contenidos menores

(Los contenidos menores titulados “Lolo y el baile de la verdad” y “Lolo el traductor” se encuentran dentro del apartado de anexos, en el *anexo 7*)

13.6 Cuarentellings

(Los cuarentellings titulados “Bonifacio se reinventa” y “La Tata VS El Covid” se encuentran dentro del apartado de anexos, en el *anexo 8*)

13.7 Enlaces a plataformas digitales

- Facebook: <https://www.facebook.com/oinkporoink>
- Instagram: https://www.instagram.com/oink_por_oink/
- YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UCWUb4vuBUGtiQ2SH9yODazQ>

13.8 Primera versión de la Biblia de producción

Biblia de producción Oink por Oink

Consideración 1: El planteamiento de esta biblia se hará para la temporada completa compuesta de 5 capítulos y un teaser. Sin embargo, por las condiciones especiales de la pandemia del COVID-19, para efectos de trabajo de grado sólo se rodarán los 2 capítulos de la sección “Cuarentellings”.

Subíndice

1. Descripción

1.1 Descripción general del proyecto

1.2 Ficha técnica

1.2.1 Título del proyecto

1.2.2 Género

1.2.3 Formato

1.2.4 No. de capítulos

1.2.5 Duración capítulo

1.2.5 Audiencia objetiva

1.2.6 Frecuencia de emisión

1.3 Tagline

1.4 Logline

1.5 Storyline

2. Diseño narrativo

2.1 Universo narrativo

2.2 Personajes

2.2.1 Personajes principales

2.2.2 Personajes secundarios

2.3 Sinopsis

2.3.1 Sinopsis de temporada

2.3.2 Sinopsis por capítulo

2.3.3 Estructura de capítulo

3. **Diseño de producción**

3.1 Cronograma

3.2 Presupuesto

4. **Ecosistema de medios**

4.1 Descripción de plataformas y productos

4.1.1 Facebook

4.1.2 YouTube

4.1.3 Instagram

4.1.4 Twitter

5. **Propuesta estética de producción**

5.1 Tratamiento audiovisual

5.1.1 Fotografía

5.1.2 Sonido

5.1.3 Arte

5.1.4 Montaje

5.2 Identidad gráfica

6. **Proyección del proyecto**

7. **Perfil del público objetivo**

7.1 Justificación y pertinencia desde la audiencia objetiva.

8. **Guiones**

8.1 Teaser

8.2 Capítulo 1 (Piloto)

8.3 Capítulo 2

8.4 Cuarentelling 1

8.5 Cuarentelling 2

9. **Créditos**

Descripción

1.1 Descripción general del proyecto

Oink por Oink, es una serie web que mezcla el contenido audiovisual de ficción y no ficción con la realidad colombiana, y con el pretexto de hacer humor y sátira, plantear críticas y reflexiones sobre la realidad nacional. Oink por Oink es un balance entre comunicación social alternativa, y un contenido creativo que narra un reflejo de nuestra cotidianidad con humor; bajo la batuta de Lolo Peña, o simplemente Lolo, quien es el presentador de la serie.

Los capítulos se alimentan de un universo narrativo compuesto por personajes a quienes les ocurren situaciones tanto ficcionales como ligadas a la realidad, en su imaginario construido sobre la ciudad de Medellín, la cual con todas sus dinámicas sociales, políticas y económicas internas, busca representar una imagen global de Colombia. Las temáticas de cada capítulo son independientes, relacionadas con los sucesos específicos de actualidad sobre los cuales se busca hacer sátira y humor. No obstante, el universo narrativo (espacio, tiempo y personajes), el lenguaje audiovisual, la estructura de capítulo, la estética visual y sonora, y Lolo por supuesto, como un maestro de ceremonias, serán los ejes vertebrales que guardan la cohesión entre todos los capítulos.

La serie web además de ser una forma de participación política ciudadana dentro de los ecosistemas digitales, es un ejemplo de sensibilidad social ante uno de los males que aqueja a los jóvenes de esta época, la impotencia, y muchas veces indiferencia ante la realidad nacional. Oink por Oink es una alternativa liderada por artistas quienes desde lo audiovisual, proponen un espacio de autorreflexión. La idea nace de retomar el humor como protesta alternativa y pacífica, inspirándose en la tendencia que Jaime Garzón marcó en el país en los años 90 con programas como Zoociedad y Quac!.

1.2 Ficha técnica

Título del proyecto	Oink por Oink
Género	Humor de actualidad
Formato	Serie web videoblog
No. de capítulos	5 por temporada
Duración capítulo	8 minutos
Audiencia objetiva	<i>Millennials y Centennials</i>
Frecuencia de emisión	Quincenal

1.3 Tagline

“Para tomarnos en serio el país”.

1.4 Logline

Lolo profundiza en distintos temas de la actualidad nacional a través de una serie web *videoblogger*, en el cual acompañado de personajes y situaciones ficcionales, invitan a la reflexión a través del humor y la sátira.

1.5 Storyline

Lolo es un joven que está cansado de los problemas de Colombia, como la corrupción, la inequidad y la indiferencia de las personas hacia la idea de un país mejor. Luego de tener una epifanía comiendo mango biche, decide hacer una serie videoblog en un canal de Youtube que se llamará Oink por Oink. En él, Lolo profundizará sobre distintos temas del acontecer nacional en clave de humor, moviéndose entre la ficción y el documental, y con recursos como la sátira y la

parodia, él tomará parte dentro de la transformación social de su país. Oink por Oink siempre deja una pregunta abierta al final de sus capítulos, invitando a sus espectadores no sólo a la reflexión, sino también a la interacción con la serie.

2. Diseño narrativo

2.1 Universo narrativo

Oink por Oink tiene lugar en la ciudad de Medellín, capital de Antioquia, Colombia. No obstante busca que las dinámicas internas de la ciudad, por su carácter de metrópolis nacional, refleje también un panorama global de todo el país.

Medellín está caracterizada por la desigualdad socioeconómica y la corrupción estatal. Un universo urbano de contrastes en el que la arquitectura de alto diseño puede estar a unas cuantas cuadras de un barrio de invasión. La sociedad es conservadora, en su mayoría católica y con una herencia machista y “avispada”. A veces se confunde esto último con una cualidad, ligada a la berraquera, que, junto con el optimismo y el trabajo duro, caracterizan a los paisas. Las oportunidades laborales son variadas, pero la mayoría de los empleos informales son mal pagos y sin un horario definido. La tecnología está muy presente en la ciudad, llamándose a sí la capital de la innovación colombiana. Al igual que en el resto del país, la salud está regida por un sistema costoso, al que pocos pueden acceder y que además tiene graves fallas, como la mala calidad en el servicio y la corrupción dentro de las instituciones.

En esta ciudad, todo el tiempo está sonando algo, el tráfico o los vendedores de aguacate, piña y plátanos maduros ofreciendo sus productos en carretas. También los vendedores de remates con baffle en la acera, quienes ponen música para animar a los transeúntes. La música hace parte importante de la cultura y se escucha en todos los lugares, destacándose el reggaeton, el despecho, la salsa y el tango. El entretenimiento de la población depende mucho de su capacidad adquisitiva. Hay quienes disfrutan los paseos de olla, las caminatas por el parque, las idas al cine, o a las discotecas, aunque sin duda alguna, la actividad que es ampliamente acogida no solo en la ciudad, sino por todo el país es ver televisión.

Es en este espacio donde Lolo y todos los personajes viven su vida cotidiana. Deben trabajar, hacer compras, pagar deudas, comer, visitar a sus seres queridos, o simplemente caminar por la ciudad. Dentro de la interacción con ella, los personajes de Oink por Oink desencadenan situaciones cómicas, que se mueven entre la ficción y la realidad, pero siempre dejando de fondo una reflexión que construya una conciencia crítica en los usuarios.

2.1.1 Descripción de entornos narrativos

Set: Es un espacio neutral, en el que Lolo rompe la cuarta pared dirigiéndose a la cámara. En el set Lolo se ubica como un narrador omnisciente, quien conoce el contenido del capítulo en su totalidad, y a veces hace comentarios en torno al mismo. El espacio está iluminado por un esquema básico de luces, con un color plano, generalmente blanco al fondo.

Entornos documentales: Generalmente la calle o el campo. Son espacios en los que Lolo o los otros personajes son observadores participantes de la realidad, interactuando con las personas y participando de las dinámicas autóctonas del espacio. En este tipo de entornos se tiende a develar más las costuras de producción, como un efecto de la inmersión en la realidad propia del universo narrativo.

Escenarios ficcionales: Son espacios, bien sea intervenidos o no, pero previamente dispuestos para enmarcar un hilo argumental ficcional en torno a una situación particular que le sucede a Lolo o a alguno de los otros personajes. Puede ser un taller, una cocina, un parque al aire libre, un baño. Se tiende a ubicar estos espacios en locaciones interiores para mejor manejo técnico de la producción.

2.1.2 Línea de tiempo del relato

- Nacimiento de Luis Peña 1994
- Mudanza de Luis a Medellín 2010
- Depresión ante la situación nacional 2016
- Epifanía del mango biche y creación de “Lolo” 2018

2.2 Personajes

2.2.1 Personaje principal

Lolo

1. Introducción

Es el carismático y elocuente presentador youtuber del show web “Oink por Oink”, del canal de YouTube que lleva el mismo nombre, un programa dedicado a la sátira, el humor de actualidad, que busca ser una mirada franca, crítica y reflexiva de la realidad colombiana. Lolo es un habitante de Medellín, ciudadano pero de ascendencia campesina, proveniente del suroccidente colombiano. Es irónico, pícaro y locuaz para expresarse, siempre en un tono simpático y con aparente ingenuidad. Lolo odia la corrupción y lo dice sin pelos en la lengua. Es ingenioso y creativo con los temas que aborda en su programa, en el que reflexiona con propiedad y humor sobre la realidad nacional.

2. Idea poética del personaje

Lolo personifica el ánimo juvenil por la transformación de Colombia, hacia un país más justo, equitativo, sostenible y educado. También busca engendrar la conciencia crítica y reflexiva en los colombianos, mediante apropiación social del conocimiento a través del humor sobre temas de actualidad nacional.

3. Breve biografía

Hoy por hoy, vive en Medellín, Antioquia, Colombia. Nació el 13 de Agosto 1994 en El Encano, un corregimiento del departamento de Nariño. Se mudó a Medellín a los 16 años, tanto a estudiar una carrera como a encontrar nuevas experiencias de vida. A sus casi 26 años, incluso aparentando menos edad, es un ciudadano políticamente activo y comprometido con la realidad

social. Así como lo dijo Jaime Garzón, uno de los personajes que Lolo más admira, “él asumió las riendas de su país”, entendiendo que si él no lo hacía nadie iba a venir a salvárselo. Es un ciudadano de ascendencia campesina, con familia y ancestros regados por toda Colombia.

Hubo un hecho decisivo en su vida al que Lolo se refiere como “El día del Mango Biche”. Lolo estaba en su casa viendo series, decepcionado ante la vida, mientras estaba comiendo mango biche. Se encontraba algo deprimido por el acontecer nacional, las noticias que cada día leía. La información sesgada, la indiferencia social, y peor aún la impotencia de no poder hacer nada para cambiar su país. Cuando le iba a poner más limón con sal a su mango, Lolo tuvo una epifanía en la que el Mango le habló. Le dijo que fuese como él, que a pesar de no estar del todo maduro, ni pintón, a veces pareciendo más un aguacate que un mango; no era razón para no buscar su lugar en el mundo y cumplir su misión. Después de su visión con el mango, Lolo decidió crear un programa web para difundir el mensaje, de que debemos asumir las riendas de nuestro país, así a veces nos veamos biches, maduros, pintones o algunas veces pasados de maduros, podridos.

Así comenzó a hacer Oink por Oink, su show web, sin nada más que un traje verde, una cámara y muchas cosas por decirle al mundo.



Ilustración de Camila Martínez @Latevi

4. Descripción física



Lolo es un hombre joven en la mitad de sus veintes, alto, delgado y no muy corpulento. Tiene una barba que aún no le crece uniformemente. Mide 1,79 y pesa 72 kilos. Su cabello es largo, castaño oscuro y su tono de piel es mestizo. Usualmente lleva el cabello despeinado o recogido con algún chulo de un color vistoso. Lolo se viste con formalidad, con camisas, buzos o trajes que él mismo personaliza. A pesar de ser formal no deja de ser extravagante, pues usa colores vivos, especialmente el naranja, el amarillo y el característico verde mango biche.

Su indumentaria usual es un vestido verde con parches cafés en sus codos, con unas representativas gafas sin vidrio las cuales llevan una bandera de Colombia al lado y lado del marco. Lolo usa a menudo zapatillas casuales de colores que alterna con zapatos negros elegantes, y siempre con calcetines de colores chillones. Su aspecto extravagante contrasta mucho con su cuidado personal, pues Lolo es alguien muy cuidadoso con el cuidado de su barba, su rostro, sus uñas. El elemento quizás más característico de su rostro es la nariz de cerdito que siempre lleva puesta, según Lolo a manera de alegoría a un personaje en especial que siempre que va a decir quien es, por una extraña razón algo siempre lo interrumpe dejando a las personas con intriga.

5. Perfil Psicológico

Lolo es una persona amable y simpática, serena y divertida. Al principio es alguien tímido, pero cuando toma confianza puede ser el alma de la fiesta. Internamente es un líder, un portavoz. Tiene un espíritu irreverente y transgresor que canaliza en una oratoria y discurso influyente con sus allegados, pues considera que las antiguas luchas revolucionarias por otro tipo de vías son anacrónicas.

Lolo además de ser una persona enérgica y activa, tiene cierta fijación por el absurdo, siempre encontrando el chiste o el ridículo de las cosas, incluso en los contextos donde no debe hacerlo por lo que también es alguien impertinente. A pesar de que es una persona alegre, son raras las situaciones en las que expresa algo más que una sonrisa, pues no ríe muy seguido. Lolo administra muy bien las emociones y dosifica bien su manifestación. Trata de ser moderado con ellas para no ser impulsivo, pues es una persona bastante impulsiva ante situaciones de presión. Suele ser desordenado, y se le facilita más el trabajo independiente que el trabajo en equipo. Está en constante estado de juego, y demuestra actitudes marcadamente juveniles que contrastan con su edad, siendo inmaduro a veces.

El mismo Lolo afirma que desde que está haciendo su show web Oink por Oink, siente que el tiempo le pasa más lento y envejece a un ritmo diferente. Rara vez Lolo pierde la cordura, pues trata de siempre tener un plan “verbal” con el que sortea sus problemas. Esto lo ha llevado a veces reprimir ataques de ira que sufre como cualquier otra persona, pues trata de racionalizar dicha emoción siendo consciente de que vive en un país y una ciudad en la que hay una muy mala educación en el manejo de la ira. Gusta mucho de hablar solo y cantar, como una herramienta para aclarar ideas en su mente, y manejar un diálogo constructivo consigo mismo. Podría considerarse metrosexual por la vanidad que maneja en su autopercepción y el cuidado personal que busca proyectar, no obstante él tiene una construcción mental distinta de lo que es la belleza, yéndose más por lo extravagante y lo recargado, otras personas dirían que lo “mañé”.

Muestra actitudes narcisistas, pues después del día del mango siente que tuvo un despertar tanto intelectual como cognitivo que lo separa del resto de personas, pero rara vez lo admite. Sin embargo su amor por un país mejor, más justo, más equitativo, le ha hecho aprender

a guardar silencio y dedicarse a aprender de otros quienes también se piensan un país mejor. Si hay algo que Lolo siempre carga son preguntas sobre todo lo que no sabe, y lo que no sabe que no sabe.

Lolo se expresa muy gestualmente, tiene ademanes y amaneramientos con sus manos. En su manera de expresarse se encuentran muchas expresiones coloquiales e informales, que ha aprendido a lo largo de su vida de las personas que conoce y también por escuchar hablar a sus familiares. Lolo es alguien que sabe moverse entre el parlache y el lenguaje de oficina, algo que él denomina “bilingüilismo”, y es un talento que la epifanía del mango le ayudó a despertar. Lolo tiene 3 muletillas que repite frecuentemente durante su show web: “Me cruje el pescuezo” cuando algo que le provoca dudas y le infunde desconfianza, “Sincérese que le conviene” cuando sabe que alguien ya no puede seguir manteniendo una mentira, y “Me electroputa” cuando una injusticia o calamidad nacional lo enoja mucho.

2.2.2 Personajes secundarios

Consideración 2: Se profundizará en los dos primeros caracteres, quienes por cuestiones logísticas del trabajo de grado, son los únicos que aparecerán en los productos audiovisuales que componen el proceso de investigación creación.

La Tata Patata

Tatiana Mireya Rivas Sheinfield mejor conocida como “La Tata”. Tiene 22 años y es signo cáncer. Nacida en Medellín, vive con sus padres y actualmente se encuentra estudiando comunicación social. Tiene una relación poliamorosa con su novia Susana, Susie, y su novio William, Willie. La Tata no es alguien de muchos amigos, por lo que la mayoría del tiempo se encuentra hablándole a sus plantas, en especial a Tania, su cactus mascota.

Ella es superficial, aunque se jacta de que no lo es, y que por el contrario tiene una moral y un criterio superior, se considera muy especial desde niña. Se mueve entre círculos de feminismo, veganismo, comunismo, misticismo e indigenismo; además de leer sobre astrología, anarquismo etno marxista, psicomagia y física cuántica. Se ha identificado al menos una

vez con cuanto “ismo” se le cruza en su camino, así no sepa bien lo que signifique. Es alguien inconforme con su imagen personal, no por tener una autoestima baja, sino por siempre estar cambiando a estilos diferentes.

Aparentemente tiene tendencias de izquierda, pero no le molesta llevar un estilo de vida consumista y privilegiada, por lo que su ideología no es para nada firme. Es adicta a la tecnología, por lo que le gusta compartir su vida cotidiana en redes sociales, teniendo un perfil distinto para cada cosa que la representa.

Sus creencias religiosas son eclécticas, manejando su propia mezcolanza espiritual que hibrida conceptos del cristianismo, judaísmo, hinduismo, budismo, taoísmo, y creencias de pueblos originarios de América. Le gusta estar en talleres de artesanías, medicina homeopática y fumar marihuana púrpura importada con el dinero de sus padres. Desde muy pequeña se mantiene constantemente ocupada, por lo que casi no tiene tiempo libre. Pese a lo sobrecargada que puede ser su vida, ella es capaz de encontrarle equilibrio y sentido, lo que a fin de cuentas la hace una persona feliz, y que en el acto, no deja de compartir felicidad con los demás, pues a pesar de no encajar bien con el mundo, es una persona dulce y bondadosa.

La Tata representa la superficialidad de la juventud, con una personalidad líquida, ligada al consumismo y las apariencias. De igual manera es un guiño a la desorientación que se experimenta entre todos los “ismos” que circundan en nuestros días, siendo el esnobismo quizás el más sobresaliente, sin que ella sea consciente de ello.



Profesor Bonifacio

El profesor Bonifacio Padilla es un docente licenciado en lengua castellana. Actualmente trabaja dando clases en una universidad pública desde hace 13 años, pero ha venido trabajando en la docencia desde hace 27 años, en colegios tanto rurales como urbanos de Antioquia. Bonifacio es un padre de familia, casado y con dos hijos, quien a sus casi 56 años está contando con ansias los años que le faltan para jubilarse.

Él es consciente de que el mundo en el cual él creció y al que estaba tan acostumbrado, cambia a un ritmo tan frenético al que le cuesta dificultad seguirle el ritmo, cosa que tampoco lo desvela. Sin embargo, a Bonifacio se le nota mucho cuando se siente ajeno a los adelantos tecnológicos, las tendencias virales, el lenguaje, los nuevos íconos y prácticas que tienen los jóvenes a los cuales enseña, y por querer estar a su nivel, Bonifacio protagoniza episodios vergonzosos y anecdóticos.

Como buen paisa, es emprendedor, rebuscador y siempre está viendo la oportunidad de poder darle a su familia la vida que él no tuvo. Es modesto, cordial y procura tener un trato formal y respetuoso con todo el mundo, siendo a veces inseguro y poco entrador para establecer contacto verbal. En su juventud, Bonifacio hizo mucho activismo por causas sociales, pedagogía, militó en varios grupos de izquierda, cosa que no recuerda con mucho orgullo porque su crianza conservadora y políticamente correcta siempre predominó en él. Con el pasar de los años, se volvió un ser moderado, sereno y calmado que habla desde la sabiduría que da la experiencia.

Es muy nostálgico a la hora de recordar sus triunfos y derrotas porque sabe que todo lo ha conducido hasta aquí. Sus ideales de vida, a pesar de haber sido alimentados por una vida llena de experiencias, no trascendieron más allá de un ideal conservador, tener una casa propia, un carro, sacar una familia adelante y poder alcanzar una vejez tranquila. En ese sentido Bonifacio no fue tan ambicioso, con modestas aspiraciones y un estilo de vida austero. No obstante, el mayor problema que se encuentra atravesando es poder jubilarse en paz y dignamente, por lo que tiene que dar de sí su último esfuerzo en estos años laborables que le quedan. Dicho textualmente por él: “la cosa se pone más dura cada día”, y entre más cerca ve su retiro definitivo de la vida laboral, más siente que es un objetivo lejano aún.

Bonifacio representa el contraste entre dos tiempos, de cómo un tiempo moderno se ve obligado a seguirle el ritmo con dificultad a un tiempo posmoderno, y a veces se recuerda a sí mismo con nostalgia. Representa al ciudadano de a pie con aspiraciones modestas. De igual manera la precarización laboral, y la lucha perdida contra el sistema de una generación a la que descansar cada vez le representa un reto más grande.



Albert Richard

Es un ciudadano estadounidense que está en un eterno “paso temporal” por Colombia y Latinoamérica, pero siempre desde un punto de enunciación constantemente descontextualizado con la realidad social que se vive en los países que visita, cosa que le lleva a sufrir grandes desventuras. Dentro del poco español que domina, ha aprendido a presentarse como Ricardo Alberto cuando las personas no entienden la pronunciación en inglés de su nombre.

Representa el contraste entre el capitalismo y la globalización frente a una idiosincrasia local, que siempre es vista como algo exótico y primitivo ante los ojos de alguien perteneciente al “primer mundo”.

Pimiantonio

Pimiantonio es un politólogo egresado de una universidad pública con un talento inigualable para la culinaria. Mientras consigue empleo en algo relacionado a su profesión, él trabaja rebuscándose como cocinero de corrientazos, y también haciendo tutoriales de cocina tradicional. Dentro de estos últimos, Pimiantonio usa lenguaje técnico de política, economía y derecho para hacer sátira política mientras explica la preparación de una receta en particular.

Pimiantonio representa la precarización laboral, y una sátira sobre el cliché que tienen carreras relacionadas con humanidades o ciencias sociales para encontrar salidas laborales, no obstante, su enorme importancia para el entendimiento y transformación de nuestro país.

El hermano Lukas

Lukas Casimiro, es un pastor de una iglesia cristiana quien además es rehabilitado de ludopatía. A pesar de haber superado su problema, aún persisten en él ciertas secuelas, tanto de su adicción por los juegos de azar, como por la ambición que le significaba ganar dinero en ellos. Tiene tics cada vez que escucha las monedas sonar dentro de las ofrendas, o cuando las personas dan el diezmo.

Representa los intereses económicos privados de los grupos religiosos, y la doble cara que ellos pueden tener ante impulsos que consideran pecaminosos.

Doña Colombia

Personificada por una marioneta, ella se autodenomina como una anciana chévere. A pesar de haber nacido en una cuna de oro, en el seno de una familia conservadora y tradicional, decidió ser la oveja negra de su familia. Es una mujer feminista, soltera y sin hijos, con una ideología de izquierda moderada, pensante y crítica. Le gusta mucho la moda y el glamour, por lo que se mantiene enterada de las novedades sobre música, ropa y figuras influyentes de su tiempo. Asume el tono de una abuela “cool”, por su indumentaria extrovertida y cabello pintado de azul, aunque no deja de ser regañona con los corruptos de este país, siendo esta la única situación en la que se le puede ver una actitud estricta y coherente con su edad.

Doña Colombia, a pesar de su edad, simboliza el espíritu rebelde y juvenil, quien se resiste a encajar en cánones sociales marcados por los prejuicios sociales y económicos tradicionales, como también los conservadores principalmente respecto a la figura de la familia.

La Contemporanea

Es un joven ayudante de un taller de mecánica, quien en sus ratos libres le gusta “leer cositas” que se va encontrando, como revistas o libros que las personas desechan. Usando el parlache autóctono de la ciudad de Medellín, la contemporanea expone y explica de manera didáctica diversos temas de actualidad e interés políticos, económicos, filosóficos e inclusive metafísicos.

La Contemporanea representa la educación, la curiosidad, la divulgación y la democratización del conocimiento.

Dr. Haider Enrique

Es una joven promesa de la política, aspirante al concejo de Medellín por el partido “El cuento democrático”. Haider está rodeado de viejos zorros de la política, concedores de las artimañas y los trucos necesarios para posicionarlo como una ficha clave que traiga adeptos a su partido. Él se caracteriza por sus buenos modales, su excelente oratoria, su educación conservadora y envidiable sentido de la moral, con claras tendencias hacia la derecha que él considera imprescindibles para ser gente de bien. No obstante, Haider Enrique no puede negar su pasado, pues creció en un barrio popular de la ciudad antes de que empezara a escalar a punta de rosca política. Tiene una condición mental muy particular, en la que al escuchar guaracha o algún otro género musical popular, se transforma y exterioriza mucho de la personalidad aprendida en su barrio que busca reprimir a toda costa. Por este motivo, todos sus jefes políticos lo cuidan de recibir este tipo de impulsos.

El doctor Haider Enrique hace una referencia a la historia del doctor Jekyll y mr Hyde, y representa el arribismo y el clasicismo con el que las luchas populares terminan sirviendo al mejor postor.

Match-in boys

Los Match-in boys son un grupo de 3 muchachos que integran un grupo de pop coral, similar a los Back Street Boys o One Direction, cada uno de su tiempo y su contexto. Manejan una temática sobre nuevas masculinidades, reflexionando sobre el rol y el papel de lo “masculino” en este tiempo para el cambio social. El nombre del grupo es un juego de palabras en inglés, que en parte crítica también la influencia anglosajona sobre los ídolos juveniles en la música. Por una parte significa “Match in boys” que significa literalmente “juego entre chicos”, y por otra parte, dividiendo el verbo compuesto del sujeto, “Match in” significa “coincidir en” también entendido como empatizar, significando “Los chicos empatía”.

Los match-in boys representan a los esfuerzos colectivos que luchan por la empatía, el respeto y la diversidad desde sus figuras de masculinidad, buscando generar reflexiones también sobre temas relacionados con la sexualidad y el género. Un característico rasgo de vestuario de los match in boys es su traje y corbata de la cintura para arriba, y una falda larga y colorida de la cintura para abajo.

Frankie

Es un colegial inseguro y ansioso, descrito bajo el estereotipo de nerd o ñoño. A veces prefiere aislarse del mundo y encerrarse en sus gustos, que son el manga, los videojuegos, las películas de ciencia ficción y sagas como Star Wars y The lord of the rings. Sin embargo tiene un talento especial, y es poder actuar con diferentes personalidades y roles, adaptarse a distintos contextos, con tal de conseguir un fin específico. Por tal motivo es capaz de obsesionarse con el estudio de un tema a fondo en cortos periodos de tiempo, pues es muy inteligente. Una meta que tiene desde hace varios años es conseguir una novia, cosa que le ha costado trabajo por su timidez y no ser físicamente atractivo.

Frankie representa una juventud insegura, abrumada por complejos e inseguridades a quienes su convivencia en sociedad ha representado un reto mayor. Por otra parte también la inocencia infantil, de querer encajar y buscar un lugar en el mundo para sentirse bien con uno mismo.

2.3 Sinopsis

***Consideración 3:** A continuación va la descripción de los productos audiovisuales que conforman la primera temporada de Oink por Oink. No obstante, para efectos del componente creativo del trabajo de grado, y en coherencia con las dificultades afrontadas por la pandemia del Covid-19, únicamente serán guionizados y producidos los contenidos de la sección “Cuarentellings”, los cuales duran de 1 a 4 minutos.*

2.3.1 Sinopsis de temporada

La primera temporada de Oink por Oink está compuesta por 5 capítulos que abordan 5 temas de actualidad Colombiana diferentes, todos narrados en clave de humor y sátira. Los temas son la estigmatización del movimiento estudiantil, las masculinidades nuevas y hegemónicas, los mitos del emprendimiento y la innovación, la revolución 4.0 y el capítulo piloto, que es una introducción metanarrativa a la serie misma, donde se narra cómo fue el surgimiento de Lolo y de Oink por Oink. En cada capítulo se irá introduciendo a los personajes, con sus características más representativas, ya sea por sí solos o por la interacción entre ellos. Sumado a esto está el teaser promocional de la serie y otros micro contenidos pensados en el contexto de la pandemia mundial del COVID-19, llamados “Cuarentellings”.

2.3.2 Sinopsis por capítulo

Teaser

“AQUÍ NO PASA NADA”

Lolo se encuentra viendo el noticiero en un televisor mientras está en su oficina. El programa habla sobre hechos de corrupción y situaciones actuales del país que generan indignación en Lolo. Se ve como Lolo luce fastidiado, diciendo frases como “esto si que me electroputa hermano” o “algún día, algún día” en un tono enojado, imaginando que algún día van a cambiar las cosas. Mientras él está concentrado mirando el programa, a su espalda empiezan a aparecer una fila de personas con vestimenta elegante al principio, y otros con diferentes atuendos variopintos y de diversas temáticas asociadas a una institución de poder. Todos llevan en sus manos los elementos de la oficina. Las personas empiezan a circular por el

espacio mientras se dirigen a la salida, llevándose consigo computadores portátiles, cámaras, cafeteras, maletines, sillas, mesas, entre otros elementos. El último hombre de la fila en salir, viste un atuendo elegante y lleva cargado un cuerpo envuelto en la bandera de Colombia. Lolo continúa viendo al televisor completamente desentendido de todo lo que pasó a su espalda. El programa se detiene y se quedan las barras de colores de fuera de señal.

Capítulo 1 “piloto”

Presentación de Lolo y de su serie web Oink por Oink

“NI TAN BICHE”

Lolo está siendo entrevistado en un set, con luces y cámaras. Él luce su característico traje verde mango biche, su cabello despeinado y las gafas sin lentes con la bandera de Colombia en el marco que lo caracterizan. Su voz se convierte en una voz en off de la historia. Todo comienza presentando quién es él, un joven normal, con muchas dudas sobre la situación de su país, con ganas de decir y cambiar muchas cosas, pero con muy poca fe en cómo su accionar podría hacer la diferencia. Luego él narra su epifanía del mango biche, donde esta fruta le habló, dándole un mensaje que le cambiaría la vida. Lo llevó a asumir el nombre de Lolo, pues desde antes del día del mango biche, su identidad se reducía a simplemente Luis Peña. Lolo narra cómo se transformó en lo que es ahora, y cómo surge este nuevo programa llamado Oink por Oink. Por último lee el manifiesto del mango biche, símbolo del mangobichismo, el movimiento que fundó, y deja una invitación a que lo sigan en redes, que se suscriban a su canal y un llamado a la acción.

Capítulo 2

Sobre los efectos de un sistema patriarcal desde el punto de enunciación masculino

“¿VA A LLORAR?”

Este capítulo buscará crear una reflexión sobre los efectos negativos del sistema patriarcal al igual que de la masculinidad hegemónica, pero desde un punto de enunciación masculino. A diferencia de una mirada desde el punto de vista femenino, esta perspectiva comienza cuestionando el privilegio, que también se convirtió en un rígido canon de comportamiento, en

donde el hombre debe ser el más fuerte, el proveedor y conquistador, al igual que alguien cohibido con sus emociones más allá del enojo. El capítulo busca cuestionar al patriarcado con una perspectiva de género, que también llevará a reflexionar sobre otros temas relacionados con el hombre y la sexualidad. Será también la aparición del personaje Frankie, quien después de una decepción amorosa, busca por todos los medios posibles las herramientas necesarias para llorar, cosa que a él le cuesta mucho trabajo. Esta búsqueda por el llanto se convertirá también en un hilo conductor a lo largo del capítulo. Por otra parte, también aparecerá la ContemporaNea quien a través del parlache paisa, explicará las diferencias entre sexo, orientación sexual y género.

Capítulo 3

Sobre la estigmatización de la educación pública y sus estudiantes

“PAPAS RELLENAS DE OTRA COSA”

Este capítulo buscará hacer una indagación sobre los mitos y tabúes que giran en torno a la educación pública colombiana. El adoctrinamiento ideológico, el terrorismo infiltrado y la falta de visión, son unos de ellos. Girará en torno a la figura de las papas como eje transversal, haciendo un doble sentido humorístico entre este tubérculo y la bomba casera que lanzan los encapuchados en medio de las protestas estudiantiles, buscando de esta manera una resignificación del imaginario que se tiene sobre la educación pública, en parte reforzado por la desinformación que generan algunos medios de comunicación. Aparecerá ContemporaNea, explicando la importancia de lo público en el país; Doña Colombia criticando al ministro de defensa y a Pachito Santos; y la Tata Patata, quien hará una caricatura que parodia el snob que habita en la libertad de pensamiento, que también se puede hallar dentro del alma mater.

Capítulo 4

El emprendimiento y la innovación como discurso oportunista en planes de gobierno

“TODO LO QUE USTED NO QUERÍA SABER SOBRE EL EMPRENDIMIENTO Y LA INNOVACIÓN”

Este capítulo buscará hacer una reflexión sobre dos conceptos que hacen parte de la agenda política, y que pueden tener un vínculo directo con la población dentro de su cotidiano: el emprendimiento y la innovación. La pregunta es si ¿este vínculo será tal como lo pintan? La lluvia de oportunidades, la programación neurolingüística, la falta de proyección, el trabajo duro, son tópicos a los que se apela actualmente para hablar de emprendimiento e innovación, pero hay un contexto socio cultural y una realidad política y económica que permea estos conceptos, y si bien no anula su existencia, los particulariza en este tiempo y espacio geográfico. En este episodio se hará un *vox pop* como eje central del episodio, con sketches donde Lolo enseñará satíricamente como hacer un pitch de ascensor con una importante figura ejecutiva. También contará con la participación del hermano Lukas, hablando de la bendición que vive dentro del diezmo y los impuestos; la aparición de los Match-In Boys hablando de la relación entre el género, el capitalismo consumista y la innovación; y por último aparecerá nuevamente la contemporánea, hablando de por qué él “ya no le copia a ese cuento de innovación y emprendimiento”.

Capítulo 5

La transición a la revolución 4.0 de un público no familiarizado con las TIC'S “EL INTERNET DE LAS COSAS SIMPLES”

Este capítulo buscará hacer una visibilización de hechos anecdóticos de cómo una población no afín a la tecnología experimenta una transición a fenómenos como la inteligencia artificial, la big data, los algoritmos y la web semántica. La población serán personas de la tercera edad quienes tratando de manipular dispositivos electrónicos, narran cómo era la vida antes de que la tecnología rigiera todo en nuestras vidas. Lo que se busca es generar una reflexión sobre la modernidad y un sentimiento de nostalgia al ver cómo las brechas generacionales juegan entre ellas. El eje central de este episodio serán entrevistas dirigidas por Lolo a abuelitos y abuelitas, a quienes se les invita a dar un mensaje al mundo emulando un formato youtuber. El capítulo contará con la participación de Albert Richard quien irá a comprar un repuesto electrónico al sector de La Cascada, en el centro de Medellín, Doña Colombia quien hace un tutorial enseñando a sus compañeros de la tercer edad cómo hacer un meme, y La Contemporánea, quien explicará en qué consiste la revolución 4.0.

2.3.3 Cuarentellings

CONTENIDOS MENORES (De 30 segundos a 1 minuto aproximadamente)

- **Tik Tok del antes y después:** Similar a la tendencia de la red social Tik Tok, en donde se emula una foto del pasado mediante el presente, se busca hacer una analogía con hitos de la historia colombiana, en donde se muestra “lo que es ahora”, contrastado con un “Lo que se pensaba que iba a ser”. Por ejemplo, una foto de una obra inconclusa proyectada en el año 2030, y una foto vigente que simula ser antigua de los planos del metro de Bogotá.
- **Lolo el traductor:** Lolo se sitúa en la esquina inferior derecha de la pantalla, simulando un traductor de lenguaje de señas, quien se supone va a traducir discursos de políticos vigentes como Iván Duque, Martha Lucía Ramírez o Donald Trump. Usando herramientas del clown, Lolo genera una interacción cómica entre sus movimientos corporales y el discurso de la persona que está hablando.

Cuarentelling #1 (4 minutos aprox)

“LA TATA VS EL COVID”

A raíz de la cuarentena nacional decretada por la pandemia global del Covid-19, La Tata Patata está teniendo una video llamada con el profesor Bonifacio, en donde ambos discuten sobre el nuevo rumbo que debe tomar un proyecto que no se pudo llevar a cabo gracias a la cuarentena. Ambos discuten tanto sobre los pros y contras de la educación virtual, como de las medidas ineficientes que ha tomado el gobierno. No obstante, el principal tema de su conversación es el nuevo rumbo que va a tomar el proyecto, el cual es una serie web que inicialmente se rodaría en exteriores, pero que ahora debe re pensarse desde un formato casero. A medida que la discusión avanza, se lleva a cabo un diálogo metatextual y un rompimiento de la cuarta pared con el capítulo en sí mismo, donde la Tata y Bonifacio se van dando cuenta de que están siendo parte de la solución del problema sobre el cual venían discutiendo.

Este contenido busca problematizar las medidas de la educación virtual que se están poniendo en práctica, desde sus aspectos positivos y negativos, y el impacto que tiene en la vida académica de los estudiantes. En este orden de ideas, también es un relato que busca hacer una referencia metanarrativa al cambio drástico que tuvo que afrontar el proceso de investigación-creación “Oink por Oink, serie web de humor de actualidad” a raíz de la pandemia del Covid-19 desde el sentir de sus creadores, quienes tomaron la decisión de transformar el proyecto para que pueda realizarse.

Cuarentelling #2 (4 minutos aprox)

“BONIFACIO SE REINVENTA”

A raíz de la cuarentena nacional decretada por la pandemia global del Covid-19, el profesor Bonifacio debe seguir dando sus clases en línea, puesto que al ser el sustento de su casa, no puede darse el lujo de detener su trabajo. Su poco dominio de los entornos digitales, problemas domésticos con el teletrabajo y los nervios al dar su clase, harán que protagonice graciosos episodios frente a sus estudiantes quienes lo miran a través de la cámara web. Este contenido busca hacer una crítica a la precarización laboral que viven los docentes, quienes no están lejos de vivir del diario, y los problemas invisibles del teletrabajo, que hace que la cuarentena no tenga el mismo significado para toda la población.

2.3.4 Estructura de capítulo

La siguiente es una estructura general para marcar una orientación sobre la distribución del contenido de cada capítulo de Oink por Oink. No es un ente rígido, por lo que puede adaptarse a las necesidades de cada capítulo.

- A. Introducción al tema en donde Lolo presenta al dispositivo narrativo del capítulo y el tratamiento que se le dará a lo largo del mismo
- B. Presentación de bagaje contextual si es pertinente con sus datos de consulta.
Manifestación de la postura política respecto al tema. Por otra parte la declaración de un objetivo con el dispositivo audiovisual o a través de él.

- C. Sketch o micro cápsula narrativa del personaje secundario, que puede estar o no relacionado con Lolo
- D. Espacio de proximidad documental conectando al dispositivo con la cotidianidad de las personas (vox pop, entrevista).
- E. Segundo sketch o micro cápsula narrativa de personaje secundario, que puede estar o no relacionado con Lolo
- F. Crisis en torno a la consecución del objetivo con el dispositivo audiovisual o a través de él.
- G. Clímax de la crisis anterior.
- H. Resolución del conflicto y consecución del objetivo con el dispositivo audiovisual o a través de él.
- I. Final con interrogante o gancho narrativo
- J. Llamado a la acción

3. Diseño de producción

Consideración 4: Se anexan las últimas versiones del cronograma y del presupuesto con las que se trabajó para los contenidos realizados dentro del trabajo de grado

3.1 Cronograma

Consultar en el apartado de anexos, ver en *anexo 5*

3.2 Presupuesto

Consultar en el apartado de anexos, ver en *anexo 6*

4. Ecosistema de medios

4.1 Descripción de plataformas y productos

Para Oink por Oink se contempla dos plataformas principales con objetivos de posicionamiento y generación de comunidad en torno al material audiovisual, y dos complementarias con objetivos de especificar cierto tipo de contenido en otros formatos y ampliar el alcance de las dos anteriores. Las principales son YouTube y Facebook, y las complementarias son Instagram y Twitter. La especificación en cuanto a los tipos de contenido y la estrategia digital correspondiente a cada plataforma es la siguiente:

4.1.1 Facebook

Por su capacidad de integrar diversidad de formatos multimedia, y facilitar la interacción en torno a los mismos, es un nicho ideal para empezar a crear una comunidad en torno a la página de Oink por Oink. Por otra parte se re posteará los contenidos audiovisuales provenientes de YouTube generando un mayor eco que responda a las dinámicas comunicativas propias de esta plataforma. Además de contenidos audiovisuales y visuales, se puede re postear o publicar contenidos sonoros y escritos, que no necesariamente serán de autoría propia. Dentro de esta categoría se resalta el re posteo de memes que propiciarán un diálogo de contenidos entre varias páginas, creando una red con temáticas e intereses afines tanto para productores como consumidores de contenido. Algunos de los contenidos más notables que estarán presentes en la página de Facebook de Oink por Oink son:

- Feed compartido de páginas temáticamente relacionadas, principalmente memes de actualidad colombiana, noticias y columnas de opinión.
- Micro contenidos como historias, notas de actualidad y recomendados
- Micro contenidos audiovisuales de los personajes
- La sección llamada “Putrefacts” para compartir la noticia indignante de la semana
- La sección “Microbvidades” para compartir datos curiosos o desmitificar verdades ampliamente difundidas sobre temas de actualidad.

- Escritos reflexivos de actualidad de autoría propia, con su respectiva imagen de pie de foto. En esta categoría puede ser columnas, reportajes, crónicas de un equipo editorial compuesto por los mismos integrantes del equipo de Oink por Oink que deseen participar.
- Capítulos principales de temporada

Los contenidos específicos que estarían relacionados con la producción audiovisual enmarcada dentro del trabajo de grado son:

- Fotos y video del Making off del rodaje
- Fotos de los personajes a manera de campaña de expectativa
- Micro contenidos audiovisuales menores
- Piezas gráficas de identidad visual de Oink por Oink (Logo y similares)
- Piezas sonoras que hacen parte de la música original de Oink por Oink
- Memorias escritas del proceso de investigación creación
- Cuarentellings 1 y 2

4.1.2 YouTube

Por ser el repositorio de vídeos más grande de la web, esta plataforma facilitará el acceso con canales que sean creadores de contenido exclusivamente audiovisual, y por otra parte con usuarios que mediante un sofisticado motor de búsqueda, puedan acceder a los contenidos de Oink por Oink localizándolos a través de filtros y etiquetas. YouTube es principalmente una plataforma de videos, y aunque no tenga el nivel de Facebook para generar una comunidad, facilita la sectorización por nichos de interés, cosa que puede resultar provechosa para Oink por Oink. YouTube será el Index principal de la serie web para la publicación de contenidos audiovisuales, principalmente los capítulos largos de temporada. Para la consolidación de una identidad propia en el canal de YouTube, con sus propias listas, categorías y elementos de identidad visual, el reposteo de contenido ajeno se mantendrá al nivel más mínimo. Algunos de los contenidos más notables que estarán presentes en el canal de Oink por Oink son:

- Memes audiovisuales
- Doblajes y parodias
- Top y rankings
- Micro contenidos audiovisuales de los personajes

Los contenidos específicos que estarían relacionados con la producción audiovisual enmarcada dentro del trabajo de grado son:

- Video del Making off del rodaje
- Micro contenidos audiovisuales menores
- Cuarentellings 1 y 2

4.1.3 Instagram

Esta plataforma se caracteriza por el diálogo e intercambio de contenido principalmente gráfico como fotos e ilustraciones. No obstante Instagram ha crecido rápidamente en los últimos años, facilitando la interacción de sus usuarios y abriéndose también a contenidos audiovisuales. Actualmente es una de las redes sociales más exitosas dentro de los jóvenes, utilizada en gran medida para estrategias de marketing. En Instagram se re postearán todos los contenidos audiovisuales y gráficos provenientes de Facebook y YouTube a manera de repositorio. Sin embargo, en esta red social también habrá contenido gráfico especialmente pensado para esta plataforma como ilustraciones y collages que también podría compartirse en Facebook buscando generar nexos que amplíen la comunidad. Algunos de los contenidos más notables que estarán presentes en la página de Oink por Oink son:

- Memes de autoría propia y compartidos de otras páginas temáticamente relacionadas
- Historias
- Infografías y cápsulas de información, que pueden ir de la mano con las “Microbvidades” y las “Putrefacts”.

Los contenidos específicos que estarían relacionados con la producción audiovisual enmarcada dentro del trabajo de grado son:

- Fotos y video del Making off del rodaje
- Fotos de los personajes a manera de campaña de expectativa.
- Micro contenidos audiovisuales menores
- Piezas gráficas de identidad visual de Oink por Oink (Logo y similares)
- Cuarentellings 1 y 2

4.1.4 Twitter

Esta plataforma se caracteriza por el intercambio de opiniones, vivencias cotidianas y posturas ante temas coyunturales, todas limitadas a un reducido número de caracteres. En Twitter se compartirán opiniones de línea satírica e irónica sobre distintos temas de actualidad, desde la personificación de Lolo como su autor. Por otra parte también se compartirán tweets y reflexiones de otras páginas y personalidades con una línea temática similar, y en menor medida contenido gráfico o audiovisual que también abunda en esta plataforma. Algunos de los contenidos más notables que estarán presentes en la cuenta de Oink por Oink son:

- Opiniones políticas, coyunturales y de actualidad desde la personificación de Lolo
- Compartir tweets de otras páginas y personalidades
- Compartir contenido gráfico y audiovisual desde otras páginas y personalidades

Los contenidos específicos que estarían relacionados con la producción audiovisual enmarcada dentro del trabajo de grado son:

- Bitácora del proceso de rodaje
- Algunas reflexiones en torno al proceso de investigación creación

A futuro se contempla la centralización de la producción de contenidos en un sitio web que si bien no anulará la existencia de las redes sociales, concentrará la difusión de contenidos en una

página principal de la cual se ramifiquen otras plataformas. También la incursión experimental en otras plataformas con el fin de explorar posibilidades que hagan crecer el contenido y la comunidad. Un buen ejemplo es la plataforma Tik Tok que ha tenido un auge en el 2020 y al ser un nicho de prosumidores en torno a la comedia, puede ser una oportunidad para Oink por Oink. Es fundamental tener en cuenta que detrás de la estrategia digital habrá un equipo distribuido en roles con figuras como Project manager, copies, y principalmente la de community manager. Habrán roles definidos para el estudio de estadísticas y demás herramientas de generación automática para administrar y medir la interacción digital. También no sobra mencionar el correo electrónico principal de Oink por Oink en donde se asentarán las responsabilidades ejecutivas de la serie, y de relacionamiento externo con personas o entidades que les interese el proyecto desde una iniciativa de emprendimiento.

5. Propuesta estética de producción

5.1 Tratamiento audiovisual

5.1.1 Fotografía

En Oink por Oink, como en otros contenidos web, la propuesta fotográfica no se restringe a sólo un estilo narrativo. Por la estructura argumental que posee, en la serie tendrá lugar una propuesta de línea videoblogger, a cámara y plano fijos, otra de línea ficcional, por los sketches o micro cápsulas narrativas, y otra de línea más naturalista, por la interacción con personas en espacios públicos, con tendencia documental.

Serán frecuentes los encuadres únicos sin muchos movimientos de cámara, sin una búsqueda explícita por armonizar la relación del sujeto con su entorno, sino más bien por hacer un seguimiento constante de las acciones que él ejecuta en este. Los planos más frecuentes son

aquellos en donde se destaca al sujeto y en lo que dice: el plano medio, medio corto y primer plano, y en menor medida un plano entero o general para ubicar al sujeto en su entorno.



Fotograma Hola soy Danny Cap 3 del corpus

No obstante, para los momentos de sketches o micro cápsulas narrativas, habrá una exploración en el emplazamiento de la cámara, con composiciones más formales, heredadas del cine o de la televisión, para emular otro tipo de atmósfera referenciar a otro tipo de contenidos audiovisuales, tomando prestados criterios tradicionales de composición, como: ley de tercios, ley de miradas, horizontes, puntos de fuga, ley del eje, entre otros. Es necesario que la fotografía de los sketches o microcápsulas contraste con la del resto del capítulo, sirviéndose de los planos, óptica, temperatura, foco, de la atmósfera en general.



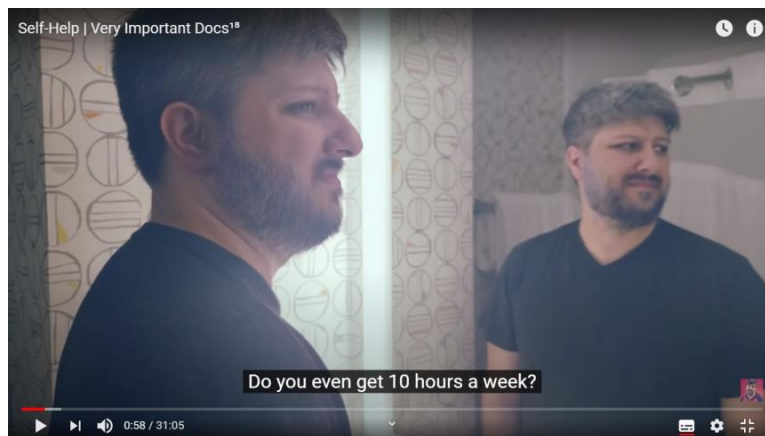
Fotograma Peter Capusotto y sus videos Cap 8 del corpus

En interiores, se puede optar por manejar las luces propias de la locación, o bien, armar un set casero con esquemas básicos de iluminación (triángulos), que permitan una iluminación básica, neutra y homogénea, que sea pareja y tenga propósitos de aclarar y estabilizar una imagen profesional, sin depender de miras narrativas o estéticas.



Fotograma Peter Coffin Cap 12 del corpus

Una buena alternativa es trabajar con luces prácticas, puesto que inciden tanto en la acción del sujeto como en la escenografía de manera natural y espontánea a la par que se sirve de sus propiedades lumínicas.



Fotograma 2 Peter Coffin Cap 13 del corpus

Cuando la luz tenga una búsqueda narrativa, buscará transportarnos a una atmósfera en particular, ya sea con la temperatura, la intensidad, juego de luz y sombras, o los colores de la

luz. En estos casos mediante la luz se puede establecer un código narrativo que se puede usar a lo largo de un capítulo.



Fotograma Peter Coffin Cap 13 del corpus

En exteriores la iluminación será justificada principalmente por las condiciones del ambiente. Se buscará que los personajes estén a la sombra para tener una luz suave y más manejable. Se hace la analogía entre la cámara y un perrito acompañante, que cuando su amo lo llama a la acción esta se desplaza con él, de lo contrario la cámara se queda quieta a la par del sujeto. Bajo la misma idea de seguimiento constante a las acciones del sujeto en su entorno, cuando él está en exteriores se juega con la luz natural alterándola con algunos recursos técnicos, como ajustes de la cámara o menos frecuentemente difusores y flexes.



Fotograma Hola soy Danny Cap 5 del corpus

La temperatura de color puede tener un propósito narrativo, que será recíproco a la gama de colores y posición en cuadro de los personajes y objetos. Si este no es el propósito específico, la tendencia es a la neutralidad.



Fotograma Peter Capusotto y sus videos Cap 7 del corpus

5.1.2 Sonido:

La propuesta sonora de Oink por Oink narrativamente se moverá entre dos estilos. Uno en el que respeta el pacto ficcional proponiendo un plano de realidad que se contrae solo al universo narrativo planteado, sirviéndose de efectos sonoros, música diegética y extradiegética, empática y anempática, variación de niveles sonoros, y diálogos guionizados no estrictamente realistas. En él estarán presentes las micro cápsulas narrativas, sketches y monólogos de los personajes frente a la cámara, especialmente Lolo. Por otra parte, durante los segmentos de línea más documental como entrevistas o inmersiones en espacios públicos, el sonido buscará ser más naturalista, narrando el entorno dentro del cual las acciones se desenvuelven. Se busca retratar a las personas con naturalidad, con muletillas y expresiones propias de su habla.

El realismo sonoro tendría por objetivo resaltar espacios que resulten cercanos al usuario, como plazas, pregoneros, el tráfico, la universidad, entre otros; buscando construir un paisaje sonoro afín a nuestros sonidos locales. Dichos paisajes sonoros se construirán o registrarán por separado de los otros elementos sonoros como música, voces y efectos, para potenciar el valor narrativo que subyace en ellos.

Se manejarán 2 planos sonoros elementales: la voz y la música, y uno complementario que corresponde a los efectos de sonido. El primer plano debe estar muy claro, en él están los diálogos, las risas, los susurros y si hay una tendencia verbocéntrica es fundamental que haya un

correcto registro de la voz pues es aquí donde habita el mensaje. En el segundo plano está la música que ambienta, dinamiza, da ritmo y canaliza las emociones. En el tercer plano están los efectos sonoros como leitmotivos o simulación de sonidos que acompañan las acciones físicas, o en la mayoría de los casos para hacer un efecto cómico que haga el contenido más simpático. Para el sonido directo se recurre al uso de lavalier, para obtener una captura clara de las voces de los actores, además del boom que permite capturar no solo los ambientes, también se crearán los Foley necesarios para cada escena in situ, durante el rodaje, esto ahorrará tiempo en postproducción y permite un mayor control de los Foley requeridos. El sonido será grabado a una frecuencia de muestreo de 48Khz a 24-bit.

La música es una herramienta indispensable para hacer referencias a la cultura popular, y será una gran aliada para conducir la comedia o crear un ambiente en particular. Puede ser extradiegética y diegética, como un recurso para revelar el artificio como al romper la cuarta pared, lo que desemboca fácilmente en un efecto cómico. La música se nutrirá a partir de ritmos y sonidos colombianos, que pueden ser melodías inspiradas en música tradicional como pasillos y bambucos, o ritmos más modernos propios de ambientes urbanos, como reggaeton, vallenato o salsa. En general la música de Oink por Oink busca un tono fresco y alegre, acorde con el derroche de energía que emana Lolo.

En Oink por Oink también habrá música original, caracterizada por su energía, sonidos de trompetas, tambores y guitarras rítmicas que se nutren mucho del mundo del espectáculo y los ambientes circenses. Aquí se destaca la canción intro de la serie, la cual inicia la búsqueda por un sello de identidad sonora que particulariza esta serie web frente a otro tipo de contenidos. A continuación se adjunta un enlace para su escucha, y de igual puede consultarse en el apartado de anexos. (*Ver anexo 9 “Canción original”*)

Canción intro de Oink por Oink :<https://www.youtube.com/watch?v=Raf16O6b664>

El uso de efectos sonoros en Oink por Oink será para dar dinamismo y resaltar los comentarios y situaciones jocosas que se presenten durante las intervenciones de Lolo. Dentro de los efectos se incluyen los sonidos que pueden acompañar los cambios de plano, cortinillas y transiciones sonoras. Es importante mencionar que es un recurso del que no se debe abusar, pues se puede caer en clichés o efectos caricaturescos no buscados.

5.1.3 Arte

La propuesta de arte gira en torno a tres espacios narrativos. En el primero se plantea un pacto ficcional en torno a una historia, que descansará en personajes y diálogos igualmente ficticiales. Para caracterizar este espacio se cuenta con elementos plásticos y locaciones, orientadas por la intención comunicativa de dicho pacto ficcional. En el segundo espacio narrativo, de línea más naturalista, el arte intervendrá solo lo justo y necesario coexistiendo con los elementos espaciales y plásticos propios del lugar, que puede ser la calle o la plaza. El tercer espacio narrativo es un híbrido entre los dos anteriores, en el que si bien no hay un pacto ficcional que se soporte en una historia, se cuentan con elementos extradiegéticos como vestuarios y escenografías para cargar simbólicamente la escena, o darle una intención comunicativa específica. En este tercer espacio pueden estar los monólogos de Lolo frente a la cámara a manera de videoblog, o las entrevistas que Lolo le puede hacer a alguien dentro de un set previamente intervenido.

Es importante resaltar que los lugares en donde se lleva a cabo la narración, pueden hacer una referencia directa a algún suceso de actualidad nacional, pudiendo ejecutarse incluso dentro del mismo espacio físico donde ocurrió el suceso que se busca referenciar. Que el lugar esté ubicado en espacio público facilita mucho más esta intención.

Al ser una serie web de humor de actualidad colombiana, este último adjetivo particulariza y orienta muchos elementos estéticos de la serie. No se puede definir con rigidez una estética colombiana, no obstante esta puede construirse a partir de un juego con la diversidad cultural que el país posee, lo que puede traducirse en distintos colores, tonos y texturas en pantalla. Un referente es el criterio estético de la serie de televisión documental sobre cultura colombiana “Los Puros Criollos”.



Los Puros Criollos

El vestuario de los personajes, por el tono cómico que maneja busca ser extracotidiano, resaltando rasgos del personaje hasta el punto de caricaturizarlo, o bien, parodiar la indumentaria de alguna personalidad de actualidad nacional. El vestuario reflejará características notables del personaje como su nivel socioeconómico, su actividad laboral y personalidad. De la misma manera que el vestuario, el maquillaje y el peinado cumplen códigos narrativos que caracterizan al personaje, escondiendo o resaltando rasgos físicos, o dotándolo de elegancia o tosquedad dependiendo de la situación. El maquillaje también puede ser neutral si la situación lo amerita, únicamente reduciendo brillo, dando suavidad e iluminando el rostro.



Lolo



Pr. Bonifacio



La Tata Patata

Un común denominador en la indumentaria es el color, siempre presente dando vida y autenticidad a cada uno de los personajes. Un referente es el vestuario de la agrupación musical colombiana “Puerto Candelaria”.



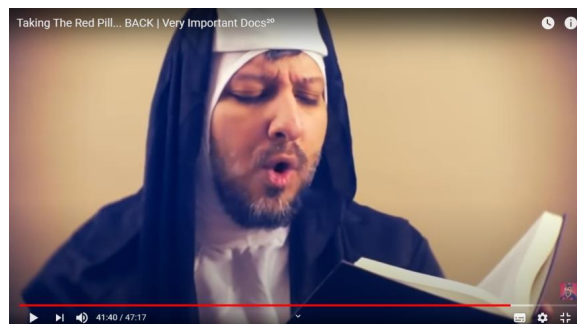
Puerto Candelaria

La escenografía cumple con la función de transportarnos a un lugar, crear un ambiente que nace de un código narrativo de ficción o no ficción, más que de emular un ambiente realista. La escenografía de Oink por Oink buscará a través del color y los objetos dentro de la escena construir un entorno verosímil para el desarrollo de las acciones. Con la decoración se buscará crear identificaciones y simbologías sencillas con algunos rasgos culturales colombianos, por ejemplo sombreros volteaos, tazas floridas de aguapanela o cuadros religiosos. Cuando la locación es neutra o no tiene una vinculación fuerte a un espacio determinado o conocido, se suele cargar más simbólicamente que con escenografía, esto para apoyar el discurso unificado de los elementos audiovisuales comunicativos, es decir, la acción connotativa conjunta.



Fotograma Peter Coffin Cap 11 del corpus

Si se cuenta con suficientes recursos, se pueden hacer grandes inversiones en la dirección de arte, caso contrario, la austeridad y la recursividad son características comunes en estas piezas audiovisuales web, donde se juega más con la representación y los códigos narrativos frescos que con el realismo y la verosimilitud plástica.



Fotograma 2 Peter Coffin Cap 12 del corpus

Cuando es más una propuesta naturalista, la escenografía suele partir de los elementos propios con los que cuenta la locación.



Fotograma 2 Hola soy Danny Cap 5 del corpus

La utilería, que interactúa más con el personaje, puede servir para ilustrar un diálogo, una acción e inclusive crear un efecto cómico.



Fotograma 3 Peter Coffin Cap 12 del corpus

La acción conjunta entre indumentaria y escenografía, también puede hacer alusión directa al hecho de actualidad al cual el capítulo busca referirse.



Fotograma 2 Hola soy Danny Cap 3 del corpus

5.1.4 Montaje

La propuesta de montaje de Oink por Oink es la que más se nutre de la observación de otros contenidos audiovisuales web, sus tendencias y el formato que manejan. El montaje de este tipo de contenidos es autóctono de la web, y se ha construido en caliente a partir del diálogo entre creación y visualización de productos.

En Oink por Oink los planos serán predominantemente cortos y ágiles, con cortes representativos del formato youtuber generalmente al terminar una oración. Cuando haya toques humorísticos, se acompañará de un corte rápido que no espera a los aplausos, para no restarle fuerza al chiste. Se retomarán elementos como fundidos, transiciones, uso de ruidos o barras de color SMPTE, los cuales se encontraban en desuso en otro tipo de contenidos audiovisuales. A través del montaje se busca hacer una distribución dosificada pero constante de la información en planos cortos, sin que sea muy recargada, y rotando constantemente el foco de la información entre los distintos elementos audiovisuales comunicativos como: la fotografía, el sonido, el arte o el diseño gráfico. De la misma manera se dosificarán los espacios sin información en los que el espectador toma aire o procesa una idea.

Una herramienta útil y usada a menudo en la web es la fragmentación del cuadro para distribuir información, o bien, ubicar distintas acciones, historias o puntos de interés en el cuadro. Aprovechando la multiplicidad de pantallas que los capítulos pueden ofrecer, también se explorará el montaje paralelo como recurso para dar dinamismo al relato, usando la elipsis como herramienta narrativa.

Las herramientas visuales de corte estructuralista como tops, voces en off, cuentas regresivas o subtítulos y letreros extradiegéticos insertados gráficamente para dividir secuencias, son un buen recurso que desde el montaje administra la información que el espectador recibe bajo una guía esquemática. Si hay herramientas de corte estructuralista para administrar la información, el espectador tiene una guía esquemática para organizar la información que está recibiendo.

Será frecuente el trabajo con material de archivo o preexistente, proveniente de películas, televisión, videojuegos, comerciales, segmentos de noticieros, memes, entre otros; o bien, usarse en conjunto con material rodado. El material de archivo tiene el fin de contextualizar,

proporcionar un bagaje o rematar un chiste, usando generalmente sólo un fragmento de su totalidad. Cuando se trabaja con archivo, es en el montaje en donde la narración toma forma, trae su propia propuesta gráfica y sonora que dialoga con la intención comunicativa integral del capítulo.

Respecto a la continuidad y el racor, cuando hay un pacto de ficción explícito como en los sketches, la continuidad, la verosimilitud y el racor son estrictos. Caso contrario, cuando se trata de entrevistas, o representaciones no ficcionales, se es más flexible con la continuidad y la verosimilitud. El racor emocional en la caracterización de los personajes es siempre constante, pues de esta también depende el ritmo de la narración.

Los efectos digitales serán un gran aliado para la generación de efectos cómicos, al igual que las animaciones y graficaciones puesto que le darán vida a lo inanimado, y harán dialogar a la digitalidad con un mundo audiovisual en desarrollo. Hay una variedad de efectos digitales recurrentes como el juego de imágenes en blanco y negro, efecto *glitch*, la superposición de imágenes, escalada y desescalada de imágenes, o el más común, la pantalla verde. Una estrategia certera es la parodia o emulación de efectos o diseños referentes de la cultura popular, como por ejemplo las transiciones de Batman o la transformación de la mujer maravilla.

El montaje terminará con las emociones en alto, o sin una sensación fuertemente conclusiva, dando lugar a cliffhangers, llamados a la acción y referencias específicas a otros contenidos de la serie. Esto para enganchar al usuario y motivarlo a explorar otros contenidos del canal.

5.2 Identidad gráfica

La identidad gráfica de Oink por Oink es un componente indispensable para su posicionamiento, puesto que establece su carta de presentación visual e iconografía con las que las personas la reconocerán y diferenciarán de otro tipo de contenidos presentes en las plataformas digitales.

Los sellos de identidad deben estar presentes en los diseños propios del canal, sobre todo en la interfaz gráfica digital que constituirán las redes y plataformas propias de Oink por Oink. De igual manera en los créditos como en el papel tapiz que se ubica detrás de imágenes o videos

que tienen tamaño inferior al formato de vídeo del capítulo. También hay identidades visuales que suelen tener hipervínculos a otro contenido, o una invitación a inscribirse al canal.

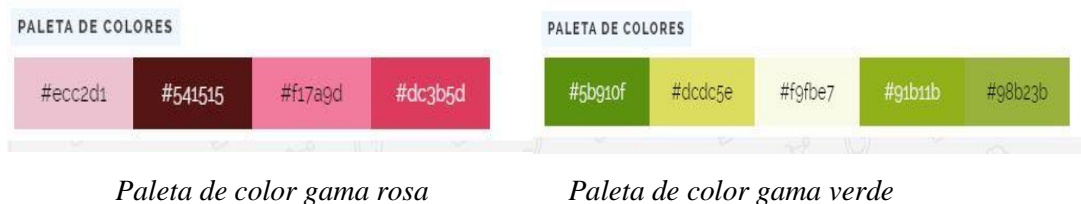


Fotograma 2 Hola soy Danny Cap 1 del corpus



Fotograma 4 Hola soy Danny Cap 3 del corpus

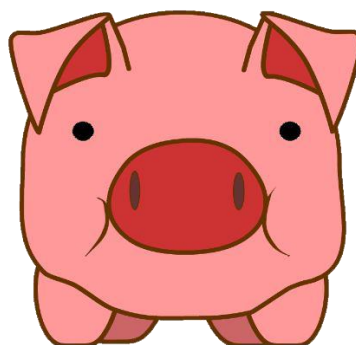
La paleta de color de Oink por Oink se caracteriza principalmente por dos colores, el rosa y el verde, y las respectivas derivaciones cromáticas de cada uno. El rosa porque es el color del cerdito, una figura icónica dentro del universo de Oink por Oink que representa tanto las “cochinadas” que se cometen a diario en este país, como la risa y la ternura con la que se les puede hacer frente. El verde se debe a que es el color del mango biche que dentro del mito fundacional de la la serie, fue la fruta con quien Lolo tuvo la epifanía que lo animó a crear Oink por Oink.



Por otra parte, la combinación entre el cerdito, las características gafas de Lolo (que llevan la bandera de Colombia) y las letras OxO (abreviatura de Oink por Oink) resultan en el ícono imagotipo de Oink por Oink. Dicho ícono además se puede usar como una mosquita para los videos y una marca de agua para el contenido gráfico.



Imagotipo de cerdito con gafas



Imagotipo de cerdito sin gafas

El logotipo de la serie web integra el nombre de la serie usando la mencionada abreviación “OXO” con los correspondientes colores de la gama verde. Puede estar puesta sobre un fondo transparente, uno blanco o uno rosa. En otra de sus presentaciones el logo viene con la imagen del cerdito acompañándolo a su derecha. Cuando el logo se usa como cortinilla de entrada de los contenidos audiovisuales, se usa esta última presentación con una versión que incluye una animación del cerdito bailando. A continuación están las 3 presentaciones del logo:



Logo fondo blanco

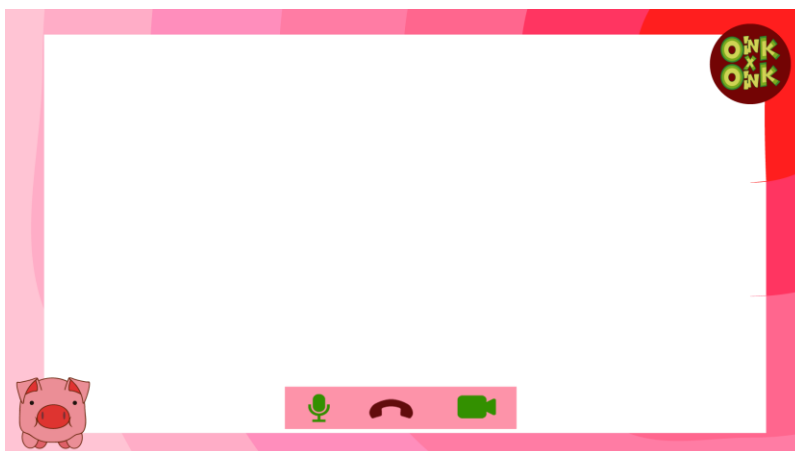


Logo fondo rosa



Logo con cerdito al lado derecho

De igual manera los diseños propios o gratificaciones que aparezcan dentro de los capítulos como marcos, conteos o interfaces deben responder a los criterios estéticos y conceptuales de Oink por Oink. Un ejemplo es la interfaz de videollamada a usarse en los Cuarentellings.



Interfaz de videollamada de los Cuarentellings

6. Proyección del proyecto

A corto plazo Oink por Oink se proyecta como una serie que busca solventar las necesidades investigativas y creativas para la realización del trabajo de grado homónimo, y hablando desde mi posición como creador de la serie, optar por el título profesional de comunicador audiovisual y multimedial. A mediano plazo se busca que la serie web sea un emprendimiento en ecosistemas digitales, con generación constante de contenido humorístico de actualidad, articulado a roles fijos de trabajo y en busca de vínculos y asociaciones con terceros, tanto en campos económicos como políticos. A largo plazo se proyecta Oink por Oink como parte de la agenda mediática nacional, con una incidencia de opinión que influya en el mapa político nacional desde la oposición, la resistencia al statu quo.

Oink por Oink, a pesar de ser concebida en un inicio como una serie para la web, tiene una amplia vocación transmedial que de ser desarrollada se podría crear contenidos para otras

plataformas como la radio, televisión, cine o teatro; las cuales a su vez mantendrían un diálogo entre ellas contribuyendo al crecimiento del relato canon de la serie.

En dicha búsqueda se contempla la posibilidad de creación de contenido para canales nacionales, con énfasis en televisión pública por su vocación con la formación integral de un público en ámbitos culturales, educativos y de promoción de la conciencia social. Por otra parte, también buscaría reforzar el sentido de pertenencia con los contenidos locales, y más aún con la identidad de lo que es ser colombiano como un fenómeno colectivo.

Dentro de un plazo no muy lejano, se busca que Oink por Oink sea un emprendimiento sostenible con estrategias como los *patreons*¹⁸, colaboraciones y patrocinios, pautas publicitarias o de producto, pero la mayor estrategia es la monetización de su contenido a través del crecimiento de su comunidad en plataformas y redes sociales. La mencionada sostenibilidad se puede argumentar desde la viabilidad del proyecto y su búsqueda por ser un contenido innovador desde la articulación de sus rasgos más característicos: el humor y la sátira, exploración del lenguaje audiovisual en contenidos web, los temas de actualidad y política nacional, su formato fresco y contemporáneo y difusión en plataformas digitales que faciliten su proliferación. Otro punto a favor de la serie es la proximidad local que pretende establecer con el usuario desde sus intereses, sus hábitos de consumo y los referentes temáticos que se alimentarán tanto de la agenda pública como de los arquetipos e imaginarios cotidianos de sus usuarios.

7. Perfil del público objetivo

Consideración 5: Las referencias bibliográficas que se ubican dentro de este apartado se pueden encontrar dentro del apartado de referencias y bibliografía correspondiente a la generalidad del proyecto

Oink por Oink también es un experimento de medios digitales, donde, conociendo las posibilidades que permiten estos ecosistemas mediáticos, se apuesta a que sea el escenario ideal para llevar a cabo una interacción idónea con el público objetivo. El target de la serie web son

¹⁸ Es un sitio web de micromecenazgos para proyectos creativos

los *millennials*, o generación Y, y los *centennials*, o generación Z que habiten dentro de la geografía nacional.

Su proximidad a la tecnología, el diálogo constante de información y oportunidades en la web, y la búsqueda de un entendimiento de la sociedad para influir en su transformación, son características comunes en *millennials* y *centennials*. Por esta razón se posicionan como el público ideal para la serie web de humor de actualidad colombiana. No obstante, de estas dos generaciones, son los *centennials* quienes encarnan el grueso del público objetivo, puesto que los audiovisuales web están presentes en su vida transversalmente, configurando un lenguaje común entre pares para relacionarse con el mundo, y no tanto como una alternativa informativa o de entretenimiento como lo puede ser más para los *millennials*. El crecimiento de los *centennials* se ha dado a la par con el desarrollo de los contenidos audiovisuales en la web, tanto que alimentan su carácter y personalidad a través de un diálogo bidireccional con ellos.

Según Sierra y Yépez (2018) Los *millennials*, son los nacidos entre inicios de los 80s y la primera mitad de los años 90s. Se caracterizan por haber vivido a temprana edad y en un nivel desarrollado de conciencia la migración de lo analógico a lo digital. Por este motivo, encuentran en las tecnologías y los medios digitales de información herramientas que dinamizan y los aproximan a sus ideales de vida, sin que las tecnologías sean ejes fundamentales en la misma. Ellos conciben los adelantos tecnológicos como una manifestación del futuro que se proyectaba en las películas y otros relatos de ciencia ficción con los que crecieron.

Según Sierra y Yépez (2018) los *centennials*, son los nacidos entre la última mitad de los años noventa y finales de la primera década del siglo XXI. Son nativos digitales, cuyo crecimiento se ha dado de manera paralela al desarrollo de la digitalidad y de los avances tecnológicos, especialmente el internet. Lo que para la generación Y o sus antecesores era el futuro, para la generación Z pasa inadvertida como un presente. Al día de hoy, finales de la segunda década del siglo XXI, aún están en proceso de crecimiento y configuración de su carácter y personalidad. Usan las redes sociales como una bitácora de los sucesos cotidianos, siendo partícipes de tendencias mediáticas y modas que los invitan a compartir su intimidad con el mundo en tiempo real. Para ello, son comunes herramientas como la geoubicación y las etiquetas. La imagen vuelve a tener protagonismo como vehículo de mensajes y sentidos, de ahí la importancia de la selfie como dispositivo de auto reconocimiento en sociedad, y emoticones y memes contemporáneos como lenguaje eficaz y pragmático.

Su vida gira en torno a la conectividad a internet, y por consecuente, a una relación con la información y los fenómenos basada en la inmediatez. En el ejercicio de su autoreconocimiento en el mundo, los *centennials* están hiperconectados con la otredad, y con diversos puntos de referencia en la sociedad del consumo, cosa que los hace susceptibles de padecer ansiedad y depresión. Sus padres frecuentemente los consideran desprovistos de herramientas para lidiar con su entorno, cosa que generalmente retrasa su proceso de independencia hacia ellos. Su facilidad para acceder a la información los ha dotado de una conciencia en torno a la globalidad, donde se perciben como individuos del mundo y para el mundo, y cuyas acciones pueden tener repercusiones no solo a un nivel local, sino también global. Por esta razón su singularidad es un tesoro, puesto que les da la oportunidad de ser únicos, cosa que los lleva a incursionar en diversidad de tendencias para evitar ser encasillados.

En cuanto a los hábitos de consumo audiovisual, también se particularizan en los jóvenes colombianos. Los *millennials* tienen búsquedas muy puntuales en cuanto a contenido. Se guían por sus gustos particulares de entretenimiento o si se necesita algún dato puntual sobre algún tema. En todo caso, los audiovisuales web aún se conciben como un método o herramienta aliada dentro del acto comunicativo, por lo que dichos contenidos generalmente no ocupan un eje central en sus vidas. Algunos *millennials* se muestran abiertos o tolerantes frente a los nuevos contenidos web como youtubers, viendo el potencial comunicativo que en ellos reside. Otros, en cambio, asumen posturas más radicales, considerándolos negativos por sus contenidos irrelevantes y la híper masividad de información. Los *centennials* en cambio tienden a asumir los audiovisuales web como un agente dentro de su ecosistema de medios, que también es parte inexorable dentro de su ejercicio social, en el que no saber lo suficiente sobre un contenido o un personaje en particular puede significar una posición de desventaja. Asumen con un pensamiento crítico estos contenidos, consolidando sus propios criterios y categorías.

Una encuesta realizada en el 2017 por estudiantes de la Universidad de Antioquia a una muestra integrada por cerca de 800 personas, y con un alto número de participantes jóvenes entre los 18 y los 30 años, permitió afirmar que una percepción común sobre los problemas del país giraba en torno a la corrupción, y que las mayores apuestas para la superación de los mismos giraban en torno al fortalecimiento de la educación y la cultura. Por otra parte, también se logró concluir que el mayor medio de información de los jóvenes sobre actualidad nacional, es la internet, por sobre la prensa impresa y la televisión convencional. Esto propone un escenario

ideal para la realización de Oink por Oink, pues la serie busca hacer un cuestionamiento sobre los problemas nacionales, su origen y fenómenos más recurrentes. Por supuesto, la corrupción, como una causa y efecto de los problemas sociales.

La propuesta reflexiva de Oink por Oink, desde el humor y demás herramientas didácticas, va en la línea de la apuesta por la educación y la cultura que muchas personas creen necesaria, además que busca consolidarse como un espacio alternativo para informarse y entretenerse. Por último, su iniciativa por explorar en redes y entornos digitales, está en sintonía con un momento histórico donde el internet, la virtualidad y la conectividad son quienes están configurando las dinámicas comunicativas de un futuro cada día más cercano.

8. Guiones

Consideración 6: Además de los Cuarentellings, que fueron los guiones que se realizaron, se adjuntan también los guiones que se iban a desarrollar en un principio, antes de que la contingencia por la pandemia del COVID-19 obligara a cambiar la metodología de trabajo.

8.1 Cuarentelling 1 “Bonifacio se reinventa”

1 INT. SALA. DÍA 1

BONIFACIO (56) un hombre maduro y bien vestido, está sentado frente a su computadora en medio de la sala de estar de su casa, la cual luce arreglada para simular una oficina.

Bonifacio estira sus dedos y gesticula con su rostro, luego se limpia el sudor de la frente con un pañuelo. Seguidamente ensaya el saludo que va a decir a través de la cámara de su computadora.

El plano de la cámara de su computadora deja ver el cuello y la papada de Bonifacio.

BONIFACIO

Señoritas, señoritos, como es del
conocimiento de todos, la pandemia del
Covid-19...

ESTUDIANTE 1 (O.S.)
(Interrumpiendo) Emmm, profe

2 INT. SALA. DÍA 2

Aparece arreglado el plano de la cámara de la computadora,
dejando ver la totalidad del rostro del profesor

BONIFACIO
Ahora si ya. La cuarentena es compleja
muchachos, el mundo no estaba
preparado para esto. Ustedes saben que
cuando el capitalismo aparece...(suena
ruido a lo lejos)...la auto regulación
del mercado...

VENDEDOR (O.S.)
Oído pueblo que llegaron los tamales
de Santa Helena. Son ricos y
deliciosos tamales de cerdo, ¿y la
masa? La masa es más rica que la
carne, si no le gusta no me lo
pague...

BONIFACIO (CONTINUA)
Y sus factores externos ligados al
consumo exacerbado...

A espaldas de Bonifacio pasa rápidamente una mujer vistiendo una levantadora, haciendo sonar sus chanclas mientras corre.

ESTELA (O.S.)

(Interrumpiendo) Los tamales gordo, los tamales

BONIFACIO (CONTINUA)

Estela, mami que estoy en clase pues

3 INT. SALA. DÍA 3

Bonifacio se peina el bigote usando sus dedos. Él mira constantemente el teclado buscando teclas con sus dos dedos índices levantados

BONIFACIO

Entonces quien me puede responder si la vigilancia como seguridad es...
Esteban, ¿usted se está maquillando con la cámara?

ESTEBAN (O.S.)

Profe dígame Karla por favor.

BONIFACIO

Karla, cierto, cierto. De pronto me responde Lorena, emm

Bonifacio busca un botón con su dedo índice, lo presiona y activa el micrófono de Lorena. Suenan gemidos de personas teniendo relaciones sexuales, a lo que Bonifacio pone una cara de incomodidad y vuelve a oprimir de inmediato el botón

que desactiva el micrófono de Lorena.

BONIFACIO

Bueno, Lorena de pronto más tarde.

4 INT. SALA. DÍA 4

Bonifacio luce agotado y despeinado. Mira su reloj de pulsera con impaciencia.

BONIFACIO

¿Qué muchachos? ¿Un recesito?

ESTUDIANTE 2 (O.S.)

Bueno profe

BONIFACIO

Correcto. Nos vemos en 20 minutos.

Bonifacio baja la mirada y mira hacia el teclado, y tanteando presiona un botón. Luego se aleja de la cámara, exhala y mira hacia arriba. En sus labios se puede leer la pronunciación de la palabra "hijueputa". Se pone de pie, se rasca una nalga dejando ver que todo este tiempo tenía unos calzoncillos rojos con lunares blancos. Empieza a hacer estiramientos de brazos y de espalda

ESTUDIANTE 1 (O.S.)

(Susurrando) ¿Qué? ¿Le decimos?

ESTUDIANTE 2 (O.S.)

Profe, su cámara está prendida

Bonifacio reacciona rápidamente, se acerca al computador y se agacha preocupado a presionar la tecla correcta para desactivar su cámara.

5 INT. SALA. DÍA 5

Bonifacio se nota algo cansado y bosteza. Se acomoda las gafas.

BONIFACIO

Lo fundamental que hay que tener en cuenta para hablar del totalitarismo es que un estado...

ESTELA (O.S.)

(Interrumpiendo) Gordo, ya se están calentando los tamales para que almuerce oyó?

BONIFACIO (CONTINUA)

Estela, miya que todavía no acabo

ESTELA (O.S.)

¿Ah cómo es la cosa?

Bonifacio desactiva la cámara y la clase se queda un momento en silencio

6 INT. SALA. DÍA 6

Aparece Bonifacio masticando a un lado del cuadro. Al principio trata de esconderse y disimular que está comiéndose

el tamal

BONIFACIO

(Con la boca llena) Ya para ir
cerrando,... el parcial...quedaría
para...la próxima semana y...

ESTUDIANTE 1 (O.S.)

(masticando)...Relajado profe que aquí
todo el mundo está almorzando también...

Bonifacio mira a la cámara con la boca llena y con cara de
desaprobación

7 INT. SALA. DÍA 7

BONIFACIO

Pelados ¿saben que? Ya en estos
últimos minutos aprovecho a contarles
que en las 3 universidades en las que
estaba sólo me dejaron en esta, así
que estoy vendiendo estos tapaboquitas
que vea, una belleza

Saca de fuera de campo un perchero que tiene colgados varios
tapabocas de diferentes colores.

8 INT. SALA. DÍA 8

Bonifacio aparece con un tapabocas puesto, que tiene pegada una
etiqueta con un valor de cinco mil pesos.

Junto a él muchas otras gorras apiñadas con letreros de 2x1

BONIFACIO

Como saben, la luz está llegando muy cara y uno aquí de cátedra, nadie nos responde por eso, así que, ¿quien dijo yo?

Bonifacio sonríe a la cámara sin mostrar los dientes.

Cierre con cortinilla con el título de la serie Black Out.

8.2 Cuarentelling 2 “La Tata VS el COVID”

1 INT. SALA. DÍA 1

TATA (22) una mujer joven y estilizada discute vehementemente a través de una video llamada con su profesor BONIFACIO (56), un hombre maduro y bien presentado. Ambos se encuentran en las respectivas salas de sus casas, sentados en sus escritorios mirando las pantallas de sus computadores. La mesa de la Tata está acompañada por su cactus "Tania". Tata luce alterada mientras que Bonifacio mantiene un semblante sereno.

TATA

¿Y cómo voy a grabar mis vídeos encerrada en estas 4 paredes, sola y sin un peso? ¿Ah profe?

BONIFACIO

Tata si el corona virus no me lo

inventé yo

TATA

Pues yo tampoco. ¿Y por qué tengo que sacrificar mi aprendizaje?

BONIFACIO

A todos nos toca colaborar. Si nos cruzamos de brazos a esperar que el mundo se arregle nos va peor. Debemos reinventar...

TATA

(Interrumpe) No diga esa palabra profe. ¿Entonces hagamos de cuenta que estábamos preparados para la virtualidad?

BONIFACIO

Tata...

TATA

(Interrumpe) Sabías que alrededor de un 26% de estudiantes en zonas rurales tienen conectividad frente a un 89% en las zonas urbanas.

La imagen de Bonifacio se congela por la mala señal del internet dejándolo en una cara graciosa.

TATA (CONTINUA)

Sabias que (DATO ESTADÍSTICO DURO Y

CONTEXTUAL) O sabía también que las
antenas 5G nos van a...

BONIFACIO

(Interrumpe) ¡Tatiana por dios!

La Tata se calla repentinamente poniendo cara de regañada

BONIFACIO

¡No todos pueden seguir pero tampoco
todos pueden parar!. La Universidad
funciona con recursos públicos y está
en el deber de brindar educación.

Además mira que las pérdidas
económicas serían...

TATA

(Interrumpe) Ah ya, con que la cosa es
de plata. Nos quieren graduar como si
fuéramos salchichas. Huum!

BONIFACIO

¿Osea que no quieres estudiar?

TATA

Ay obvio si, para eso marché el otro
día

BONIFACIO

¿Y entonces qué?

TATA

¿Qué de qué?

BONIFACIO

¿Cómo que qué de que?

TATA

¿Por qué estamos hablando de esto?

BONIFACIO

Tu proyecto Tata

TATA

Ay, cierto

BONIFACIO

Lo que trato de decirte es que si tu proyecto lo permite, puedes explorar otras maneras de solucionarlo...

TATA

(Interrumpiendo) Como poner tres días sin IVA

BONIFACIO

Exacta..., no a quien se le ocurriría esa estupidez

TATA

¿Y entonces?

BONIFACIO

No sé, busca en libros

La Tata abre una biblia y saca una bola de pelos mientras hace arcadas

BONIFACIO

Me refiero a buscar maneras de hacerlo durante la cuarentena

TATA

Eso no se puede profe

BONIFACIO

¿Segura? Ya llevamos más de un minuto hablando, mira abajo, el cursor

La Tata mira abajo del cuadro

TATA

Ay es verdad, y mis diálogos con cifras del DANE se oyen más falsos que un atún de veinte mil pesos.

Bonifacio le hace señales de "te lo dije" con las manos

BONIFACIO

O también que la cuarentena vaya a durar sólo 15 días más pues. Inclusive las salas de nuestras casas, ambas tienen los muebles en la misma posición

TATA

Y...

La Tata mira fijamente hacia la cámara y se pone nerviosa

TATA (CONTINUA)

Profe esta vídeo llamada la están
escuchando esos hijueputas

BONIFACIO

¿El ejército?

GENERAL (O.S.)

Negativo civil

TATA

No

BONIFACIO

¿El centro demo...

TATA

(Interrumpe) No, no, tampoco

BONIFACIO

¿Y entonces quién?

Aparece LOLO (25) sentado frente a un computador, tomando
tinto en una taza, mientras se ve frente a él un cursor en
medio de un párrafo de un guión inconcluso. Lolo se gira,
mira la cámara y levanta las cejas.

Letrero de Oink por Oink

Black Out

8.3 Teaser promocional “Aquí no pasa nada”

1 INT. OFICINA. DIA 1

LOLO (25) está sentado en un escritorio de una oficina iluminada con luz blanca de tungsteno. Es la única persona presente en el espacio. En la oficina se ven computadoras, sillas giratorias, libros y agendas abiertas.

Lolo se encuentra conmocionado viendo el noticiero en un televisor que está en su escritorio. Se lleva las manos a su rostro y se rasca la cabeza en señal de desaprobación.

LOLO

Arrgg! esto si que me electroputa
hermano

PRESENTADOR (O.S.)

El robo al patrimonio público va en
aumento, y está cada vez más
naturalizado por una sociedad que
acepta que roben poquito pero que
cumplan con las obras, así luego se
caigan tiempo después.

Mientras Lolo está distraído mirando el programa, a su espalda empiezan a aparecer una fila de personas con vestimenta elegante al principio, y otros con diferentes atuendos variopintos y de diversas temáticas asociadas a una institución de poder. Todos llevan en sus manos los elementos de la oficina. Las personas empiezan a circular por el espacio mientras se dirigen a la

salida, llevándose consigo computadores portátiles, cámaras, cafeteras, maletines, sillas, mesas, entre otros elementos.

PRESENTADOR (O.S.)

Sin importar su prontuario pueril, las personas siguen eligiendo a los mismos candidatos de siempre, ya que cómo decía la abuela, mejor malo conocido que bueno por conocer.

LOLO

Mmm me cruje el pescuezo. Tenaz, tenaz

PRESENTADOR (O.S.)

El país tampoco se da cuenta del asesinato sistemático de líderes sociales, y hasta se les ha vuelto paisaje, y que no en mucho tiempo de verde no va a tener es nada si se empieza a practicar el fracking. Múltiples atropellos a los derechos humanos se han presentado por parte del escuadrón móvil antidisturbios en la última, penúltima, antepenúltima y trasantepenúltima manifestación popular. Adivinen como seguirán operando.

LOLO

Qué cagada, esto si lo deja muy triste a uno.

PRESENTADOR (O.S.)

Y hasta aquí las noticias del entretenimiento, que son todas en este circo de mal gusto. Muchas gracias por no prestarnos atención, para nosotros es muy importante su silencio, o los pelamos. Mientras terminamos de llevarnos lo último que les queda, los dejamos con un vídeo de una cabra bailando al ritmo de la última canción de Shakira. Que la disfruten.

LOLO

A bueno, al menos no todo es malo.

Lolo empieza a sonreír mientras mira el vídeo. A sus espaldas la fila de personas sigue en constante flujo. El último hombre de la fila en salir, viste un atuendo elegante y lleva cargado un cuerpo envuelto en la bandera de Colombia. Lolo continúa viendo al televisor completamente desentendido de todo lo que pasó a su espalda. El programa se detiene y se queda produciendo un pitido de fuera de señal.

LOLO

(Apoyando su barbilla en una mano)

Mera vuelta, meeeeera vuelta todo.

Cierre con cortinilla con el título de la serie.

Black Out

8.4 Capítulo 1 “Ni tan biche”

1 INT. ESTUDIO DE TV. DIA. 1

LOLO (25) está sentado a sus anchas en un estudio de televisión, tiene cruzada una pierna sobre la otra. Estira sus brazos sintiéndose cómodo en su silla giratoria. Lo rodean luces profesionales en un esquema básico de iluminación, y al fondo se ven paneles y utilería propia del estudio. Lolo luce su típico vestido verde, con unas gafas grandes y su característica nariz de cerdo. Él sonríe y mira a la cámara mientras bosteza. Entra una claqueta al cuadro marcando el inicio de una acción.

LOLO

Es que el país está jodido, y en nosotros está salvarlo. ¿O usted que cree que estábamos esperando a que nos lo vinieran a salvar?

LOGO DE OINK POR OINK

LOLO

¿Así está bien? ¿Mejor bajo la pierna?

Lolo se acomoda y exhala profundamente

LOLO

A ver, es una larga historia, aunque depende de cómo la cuente (sonríe).

Déjenme les cuento cómo inició todo

2 EXT. PARQUE. DÍA 2

Lolo, quien luce ropa de calle está sentado en la banca de un parque alimentando a las palomas. Su rostro luce estresado y fatigado.

(Aparecen imágenes de archivo de sucesos coyunturales por los que está atravesando el país)

Huele los granos de maíz pira que tiene en la mano y se mete uno a la boca. Hace un gesto de desagrado y lo escupe.

LOLO (O.S.)

Por años había tratado de ignorar todos los problemas de mi país, pero sin duda alguna la indiferencia sabe a... (sonido del pito de un carro)

3 INT. SALÓN DE CLASE. DÍA 3

(Aparecen cinco segmentos de material de archivo de personas diciendo "mierda" en eventos nacionales. Para finalizar, la grabación del periodista que dijo "País de mierda" a raíz del asesinato de Jaime Garzón.)

Lolo está sentado en un pupitre en medio de un salón de clases mirando por la ventana. Hace una exhalación profunda

LOLO (O.S.)

Perdón, pasó un carro. Mierda, mierda es lo que dije y lo diré tantas veces como sea necesario. Me electroputa ver el país caerse y no hacer nada para

evitarlo.

4 INT. CAFETERÍA. DÍA 4

LOLO (O.S.)

Yo estaba es llevado, ¡llevado!

MESERA

(Sin hacer contacto visual) ¿Qué te
provoca chico?

LOLO

(Mientras mira a la cámara) ¿Que qué
me provoca? Me provoca la corrupción,
la desigualdad social, la inseguridad,
la impunidad, la discriminación...

Otros meseros se juntan a la mesera y miran extrañados a Lolo
quien está hablando solo con la mirada fija en un punto

LOLO (CONTINUA)

...la falta de oportunidades, el robo
de una pensión justa, el irrespeto a
las víctimas del conflicto, el pésimo
sistema de salud, la hipocresía de los
gobernantes, la...

5 INT. PASILLO. DÍA 5

Lolo está sentado en posición fetal en un pasillo del segundo
piso de un bloque universitario. Él tiene la mirada fija en
un punto.

LOLO (O.S.)

Sentía que el problema estaba en todos
lados, y no encontraba maneras de
dejar de hacer parte de él.

(Aparece material de archivo sobre escándalos, procesos de
corrupción y problemas de actualidad)

LOLO (CONTINUA) (O.S.)

...Y yo seguía sin saber contra quien
luchar, a quién creer, a quién salvar.
Al final todos vivimos en un país en
el que no elegimos nacer, y que
tampoco se nos permite cambiar.

Lolo se pone de pie y empieza a hablarle a una planta mediana
que estaba a su lado. La encara con firmeza y asertividad.

LOLO

(Mientras mira a la cámara) Estamos
llevado. ¿Despertaremos? ¿Algún día
despertaremos?

Dos muchachas espían a Lolo a lo lejos y lo miran con cara de
extrañeza.

MUCHACHA 1

¿Ese man si está llevado si o qué?

MUCHACHA 2

Si, que pecado.

6 INT. SALA DE ESTAR. NOCHE 6

Lolo se encuentra en pijama acostado en un sofá mientras ve televisión. Todas las luces de la casa están apagadas. Tiene sobre su pecho un plato con mango biche el cual come con desgano. Le pone sal a un mango, lo observa y se lo come haciendo un gesto de tristeza mientras baja la mirada.

LOLO (O.S.)

La impotencia te lleva al desgano, y
el desgano a la resignación. Incluso a
veces a hacer cosas peores que la
muerte.

Lolo reflexiona mirando un cuarto de limón en su mano, lo mira, suspira y se lo pone encima de sus ojos con firmeza. Con la otra mano se abre los párpados como si quisiera echarse unas gotas.

MANGO (O.S.)

Detente, no hagas algo de lo que
puedas arrepentirte

LOLO

¿Qué? ¿Quién dijo eso?

MANGO (O.S.)

Soy yo, ¿que no sabes reconocer mi
voz?

LOLO

¿Son mis ancestros?

MANGO (O.S.)

No seas ridículo, ellos viven dentro
del atún.

MANGO

Yo soy tu ángel mango

Lolo se frota los ojos luciendo estupefacto y con la boca
abierta. Levanta el plato a la altura de sus ojos

MANGO

Y debo decirte algo muy importante que
todo el mundo necesita saber. Nunca se
está demasiado biche para para cambiar
el mundo. Es cuestión de sentir que tu
puedes hacer la diferencia

LOLO

¿Y por donde empiezo?

MANGO

Tú serás quien te lo respondas poco a
poco

Un destello de luz atraviesa la sala de estar de Lolo,
iluminando la oscuridad del barrio sumido en el silencio.

7 INT. DORMITORIO. NOCHE 7

Lolo se está probando distintos atuendos en su dormitorio.

Hay ropa desordenada sobre su cama. Se mueve por toda la habitación aprobando y descartando distintas prendas.

LOLO (O.S.)

No importa cuan biche estuviera,
alguien debía hacer algo antes de que
sea demasiado tarde. Debía convertirme
en ese alguien que el mundo necesitaba
que fuera

Lolo empaca cosas en una maleta, las examina con detalle acercándolas a sus ojos. Saca un corbatín y lo guarda, un flotador y lo descarta, un colador y lo guarda, una campana de bicicleta y las descarta, una tanga, la examina y la descarta.

LOLO (O.S.)

Debía ir ligero de equipaje, cargar
con muchas cosas limita tu genio
interior.

Saca un pollo de hule mirándolo con extrañeza, lo examina y hace un gesto de desaprobación. Luego lo pone en una resortera como si fuera una munición, hace un gesto de aprobación y guarda ambos elementos en la maleta. Saca una nariz de cerdo y luego mira a la cámara con picardía.

LOLO (O.S.)

Igual uno puede ser un genio a su
manera, ¿si o qué?

Lolo se para frente a un espejo y revisa su atuendo de pies a

cabeza, hace un gesto de aprobación con su dedo pulgar. Baja la mirada y mira su cola, luego levanta los hombros en señal de aprobación.

LOLO (O.S.)

Pues uno no es que pueda tener todo en esta vida, pero qué se le va a hacer, se tiene lo que se tiene.

8 INT. TIENDA DE PUERTAS. DIA 8

LOLO (O.S.)

Ahora la cuestión era empezar a tocar puertas, poco a poco.

La mano de Lolo golpea sutilmente una, dos, tres puertas de diferente color. Aparece Lolo parado frente al marco de una puerta que está instalada junto a muchas otras en una tienda de puertas. Dos trabajadores de la tienda se quedan viendo a Lolo preocupados

TRABAJADOR 1

Este man si está es llevado

TRABAJADOR 2

¿Llamo a la policía?

TRABAJADOR 1

Aún no.

9 EXT. CALLE. DIA 9

Lolo conversa con algunos transeúntes en una calle del centro mientras mira a la cámara con complicidad. Algunos transeúntes lo miran con extrañeza y otros se ríen. Lolo se para sobre un balde y empieza a dar un discurso con vehemencia, moviendo sus manos con agilidad.

LOLO (O.S.)

Si me quedaba en mi casa cruzado de brazos no haría nada. Tocaba salir a la calle, con la gente.

Un transeúnte que pasa con afán arroja con suavidad una moneda a los pies de Lolo. Lolo lo mira, se agacha, recoge la moneda y la mira. Hace un gesto de reclamo por la caridad y luego guarda la moneda en el bolsillo pechero de su camisa y dando tres palmadas sobre él.

10 EXT. ESCALERAS. DIA 10

Lolo está parado en un escalón de unas escaleras con una gran pendiente. Desciende bailando extraña y torpemente, imitando los pasos de baile del Joker.

LOLO (O.S.)

Debía transformarme, aprender a moverse en este mundo, aunque mejor dicho, aprender a moverme en general.

11 EXT. MANGA. DIA 11

Lolo está solo en una manga junto a un árbol. Mira hacia atrás examinando su espacio.

LOLO (O.S.)

Llegado el día, ya no había vuelta
atrás. Dije que no había vuelta atrás

Lolo se reincorpora y se para derecho.

LOLO

Perdón, perdón.

Luce nervioso, frota sus manos y exhala en repetidas
ocasiones, camina en círculos. Se detiene y se acerca a una
cámara ubicada sobre un trípode, mira su lente, limpia con un
pedazo de tela el lente. Estira sus brazos y oprime el botón
"grabar". Lolo se ubica dentro del encuadre de la cámara y se
dirige hacia ella.

LOLO

Hola, soy Lolo y esto es Oink por
Oink. Tengo unas cosas que decir sobre
Colombia, lo primero es que...

12 INT. ESTUDIO DE TV. DIA. 12

LOLO

Y esa es más o menos la historia. ¿Y
ahora qué? eso mismo les pregunto. Hay
que estar atentos a ver qué cosas hay
que cambiar, en donde nos toca estar,
qué es lo que nos toca decir. Vamos a
cambiar este platanal, y si no, aunque
sea la pasamos bacano.

13 EXT. UNIVERSIDAD. DIA 13

Habla Lolo sobre un fondo negro

LOLO (O.S.)

Y seguro nos van a escuchar, porque si
que tenemos cosas por decir.

Un collage de los rostros del equipo de producción de Oink por Oink y de Lolo, diciendo la frase "Es nuestro momento". Progresivamente la frase adquiere otros matices, donde las personas se cuestionan sobre lo que dicen, lo niegan, se ríen o hacen comentarios relacionados a la afirmación.

CORTE A NEGRO

14 INT. SET. DIA. 14

LOLO

Esto es Oink por Oink, no olviden
seguirnos en nuestras redes, apoyar y
compartir. A lo bien compartan que si
no esto se muere, porfi.

Logo de Oink por Oink

CORTE A NEGRO

8.5 Capítulo 2 “¿Va a llorar?”

1 INT. SET. DÍA 1

LOLO (25) está de pie mirando a la cámara con picardía.

LOLO

Damos y caballerías, este vídeo posé contenido altamente masculino y sudoroso, los menores deben estar en compañía de un macho responsable. Mi nombre es Lolo y esto es Oink por Oink

Intro Oink por Oink

2 INT. CAFETERÍA. DÍA 2

En una cafetería pequeña del centro de la ciudad, está una CAJERA (23) detrás del mostrador concentrada mientras cuenta billetes frente a la caja registradora. Es temprano y la cafetería está vacía. FRANKIE (25) se acerca lentamente sin que la cajera lo note y la toma por sorpresa. Él carraspea la garganta para llamar su atención.

FRANKIE

Hola

La cajera se queda observándolo por unos segundos, tiene un gesto de asombro que la hace dejar de contar los billetes. Frankie tiene globos rojos de corazones inflados con helio, chocolates con la imagen de "We can do it!" en su cubierta, y una camiseta en cuyo estampado dice "I love feminism".

FRANKIE

Quería presentarte a mi yo

deconstruido. Amo el feminismo y soy
 el aliado que necesitas. Lavo los
 platos y cuido a los niños si
 necesitas el tiempo para emanciparte y
 luchar por tus derechos. Cuestiono el
 sistema heteropatriarcal, androcéntrico
 y falopresor. Te ofrezco una relación
 no monógama, libre o poliamorosa
 basada en la libertad y la ideología
 de género. ¿Te gustaría salir conmigo
 el viernes?

CAJERA

Emmm, de pronto no, pero gracias.

Frankie se queda en shock y mira incómodamente a los lados.
 En una esquina del cuadro aparece un contador de "masculinidad
 vulnerada", el cual marca uno de los tres niveles que tiene en
 su totalidad. Frankie cambia su semblante y de inmediato sonrío.

FRANKIE

Bueno, gracias, emmm, adiós.

Frankie abandona la cafetería corriendo.

3 EXT. GIMNASIO. DÍA 3

Frankie está en un gimnasio al aire libre haciendo barras.
 Luce angustiado.

CAJERA (O.S.)

Emm, de pronto no, pero muchas
 gracias.

FRANKIE

Esas no son penas, ella es la que se
lo pierde papi.

Frankie hace un puchero, pero continúa haciendo ejercicio para disimularlo. La imagen se congela en un frame, y LOLO (25) entra al encuadre rompiendo la cuarta pared.

LOLO

Sincérese que le conviene. ¿Duele cierto que sí? pero usted es de los que tampoco lloran, ni por eso ni por nada, no me mienta, porque sabe que los hombres no lloran. Pero no se preocupe, no si, preocúpese que es más común de lo que nos gustaría aceptar.

4 INT. SET. DÍA 4

(Aparece material de archivo sobre íconos de la masculinidad hegemónica en la televisión y el cine colombiano).

Aparece Lolo hablando con un fondo neutro a sus espaldas.

LOLO

En Colombia, o el mundo, este tipo de cosas pasan , gustenos o no, por haber crecido en una sociedad patriarcal.
¿Patriarcado? ¿Dónde he escuchado esto antes?

Aparece vídeo de archivo del meme del perrito bailando la

canción de "Un violador en tu camino".

LOLO

Patriarcado puede ser un paradigma,
una forma de organización social, una
marca de pola o de calzoncillos. Entre
otras cosas, me cruje el pescuezo
porque también son los comportamientos
que no sólo han privilegiado al hombre
sobre la mujer, sino también a hecho
que hombres se maten entre hombres por
ver quien es el más hombre, en un
mundo de hombres. ¡Que pereza hombre!

5 INT. TALLER. DÍA 5

En un taller de mecánica, hay varias bicicletas y repuestos
arrimados en la pared o en repisas. El suelo está sucio y con
manchas de grasa. Hay calendarios con mujeres en traje de
baño en las paredes. Hay hombres con overol y trapos en sus
hombros quienes hablan entre ellos. Sentado en un banquillo
está la CONTEMPORANEA (19) con la cara sucia y unos tornillos
en las manos.

CONTEMPORANEA

Tosque mis apás. Pille que el otro día
me parche leyendo un texto disque de
ideología de género. Yo pensaba que
uno se volvía marica y esas cosas pero
tiras que no, puro casquillo. Y unos
tiros que mera chimba. Periverá le
explico las diferencias entre sexo,

orientación sexual y género.

El sexo es un visaje que disque es con los órganos reproductores con los que uno nace. Si nace con tornillo o con tuerca pues, y de esto depende que usted pueda

(Mete el tornillo en la tuerca con los dedos reiterativamente)

Me entiende cucho. Y pille que usted se puede operar para cambiarse el tornillo o la tuerca, esas ya son vueltas de cada uno. La orientación sexual es lo que a usted le trama

(Hace movimientos en los que contrae y estira los brazos mientras mueve la pelvis)

Si le soyan las tuercas o los tornillos o las dos cosas pal que le guste si o qué socio, del mismo modo en el sentido contrario. El género es mera vuelta porque es lo que la gente le dice cómo comportarse en el mundo depende de lo que usted sea, pero es que uno puede ser un tornillo, grande, chiquito, de acero, de hierro, de lo caros, de los baratos, ya cada quien ve como se parcha. Usted sea un tornillo de la manera que le nazca mi pá y si a los demás no les gusta pues yaper.

(PARTE DOCUMENTAL)

Lolo entra al taller y se saluda con los mecánicos. Tiene conversaciones con algunos de ellos. Les pregunta qué es lo que les hace llorar y cuando fue la última vez que lloraron.

6 EXT. GIMNASIO. DÍA 6

Frankie sigue haciendo barras en el gimnasio al aire libre. Luce agotado pero orgulloso por haber cumplido su objetivo.

FRANKIE

Listo ya hechas las 100 barras. Que
putas estamos es melos.

Entran tres manos al cuadro que se apoyan en los hombros y la cabeza de Lolo, empiezan a acariciarlo con los dedos.

SOLDADO (O.S.)

(coqueteando)

Ya te sientes un hombre empoderado

FRANKIE

Sizas

PARAMILITAR (O.S.)

(coqueteando)

¿Seguro de su hombría?

FRANKIE

Sizas

GUERRILLERO (O.S.)

(coqueteando)

¿Y no te da miedo demostrarla?

FRANKIE

Espere suave, ¿qué?

Aparecen estos tres hombres usando camuflado y signos distintivos al grupo armado al que pertenecen. Todos lo miran desafiantes y le apuntan a la cabeza usando bananos, también se apuntan entre ellos.

SOLDADO

O decide usted con quien viene o decidimos nosotros pelado.

PARAMILITAR

Mentiras, ustedes nunca deciden

El soldado le hace señales de reclamo al paramilitar diciéndole que se acerque a él.

SOLDADO

Hey papi, ¿En qué quedamos la última vez?

PARAMILITAR

Uy cierto

El paramilitar baja su arma y se pasa del lado del soldado, y nuevamente le apunta a la cabeza. Lolo luce visiblemente

asustado.

GUERRILLERO

¿Qué le pasa? ¿Va a llorar?

Los tres hombres bajan sus armas, se juntan en el mismo lado, se abrazan y empiezan a corear gritando la frase "Que lllore, que lllore". Frankie luce aún más afectado por toda la presión a su alrededor. El contador de masculinidad vulnerada pasa a su nivel dos de tres. De la nada aparecen muchos hombres más alrededor de Frankie, con tambores, camisetas, silbatos y elementos alusivos a una hinchada de un equipo de fútbol. Todos se suman al coro y empiezan a gritar y a saltar al unísono. El contador de masculinidad vulnerada está en su tope máximo. Frankie se retira caminando del gimnasio al aire libre mientras todos los hombres continúan sus dinámicas.

7 INT. BAÑO. DÍA 7

Frankie entra al baño y pone seguro a la puerta. Se sienta en el inodoro y de una mochila saca una cebolla, y la parte usando sus manos. Siente el aroma de la cebolla y hace un gesto de desagrado. De la mochila saca también un CD que está marcado con con el título "Instrucciones para llorar". Frankie se prepara para reproducirlo, se pone unos audífonos grandes. Reproduce el audio, suspira y cierra los ojos.

POETA (O.S.)

(Con acento argentino, suena de fondo la melodía de "El muchacho de los ojos tristes")

Bienvenido a instrucciones para llorar

para machos incomprensidos. El llanto medio u ordinario consiste en una contracción general del rostro y un sonido espasmódico acompañado de lágrimas y mocos.

Recordá tu crianza castrada de atención emocional para no volverte un maricón. Eso te hizo un pibe plano emocionalmente. Te volvieron carne de cañón para el mejor postor y que haga lo que se le dé la puta gana. El hombre que debe responder golpes con más golpes. Que debe ser fuerte, copetudo, inteligente, innovador, proveedor, musculoso y viril, que debe follarse a cuanta piba se le cruce en el camino, y si no se te para el pito, sos un pelotudo re contra hijo de las tres mil...

Frankie se asombra y se retira lentamente los audífonos. Se queda pensando unos segundos, mirando a la nada. Suspira, se lleva un dedo al párpado y detecta que hay una pequeña lágrima asomando por su rostro. Él la mira y empieza a cambiar paulatinamente su semblante preparándose para llorar. Aparecen imágenes de archivo de explosiones, celebraciones, eventos majestuosos y sublimes. Mientras eso, el contador de masculinidad vulnerada se reduce lentamente a cero. Suena de fondo la oda a la alegría de la novena sinfonía de Beethoven.

8 INT. SET. DIA 8

Lolo está de pie mirando a la cámara.

LOLO

Esto es Oink por Oink. Suscribanse,
comenten que opinan del video, y
compartan. A lo bien compartan no sean
malitos.

Logo de Oink por Oink

CORTE A NEGRO

9. Créditos

Consideración 7: Los créditos que se presentan a continuación representan el equipo humano que intervino en la realización de los productos audiovisuales correspondientes al trabajo de grado.

Creador: Jerónimo Olarte López

Dirección y actuación: Jerónimo Olarte

Producción: Gabriel Pazos, Miguel Rojas, Carlos Tangarife, Katerine Pérez, Jerónimo Olarte

Asistencia de dirección y cámara: Miguel Rojas Cortina

Dirección de fotografía: Miguel Rojas, Jerónimo Olarte

Diseño sonoro, sonido directo y musicalización: Galileo Olarte, Cristian Navarro

Dirección de arte: Maria Paula De la Gala, Camila García, Jerónimo Olarte

Diseño Digital: Julián Marín, Juan Manuel Correa, Juan Pablo Jaramillo, Jerónimo Olarte

Montaje y edición: Jerónimo Olarte

Asesores: Andrés Correa, Ana Victoria Ochoa, Nicolás Mejía

14. MEMORIAS

14.1 Mamá, lo siento, decidí estudiar cine

No sabía que era peor, si la impotencia de no encontrar las palabras adecuadas para decírselo a mis padres, o la presión de saber que esta decisión cambiaría el resto de mi vida. Estando en once era apenas justo tener “la charla”, sentarnos en el comedor a hablar de futuro y cosas de adultos. No podía disimular que desde los 7 años manejaba la videocámara, y me gustaba jugar a no ser yo frente a ella. A pesar de que el profe de matemáticas me aconsejara no desperdiciar así mi vida en medio de una jornada de orientación vocacional, ya todo estaba decidido. Si iba a ser terco por otras cosas, por qué no serlo con lo que disfrutaba hacer. Mis padres estaban en la cocina, yo me acerqué con cara de confesión y tratando de ser lo más sereno posible.

- ¿Se acuerdan de lo que les conté la otra vez? pues sí, yo creo que si me voy por el cine y esas cosas.

De inmediato bajar la mirada, no hacer contacto visual. Qué desgastante tener que andar siempre sintiéndose culpable por algo, y andar existiendo despacito para que el mundo no se dé cuenta de que uno pasó por aquí. La verdad, yo si quería poner al mundo patas arriba, sólo que todavía no lo sabía.

- Si a vos te gusta mijo, chévere, es algo distinto. Toca es ir viendo donde será un buen lugar para estudiar eso

Fue así, ¿Qué esperaban? ¿Un drama como en La rosa de Guadalupe? Son muchos los mitos que se construyen en torno a estudiar cine, o una carrera relacionada con artes o humanidades. Que se tendrá aspiraciones imposibles, que tendremos que matarnos por un puesto, o que simplemente nos moriremos de hambre. Algo de cierto debe haber, sobre todo en lo de morir, pero no necesariamente de hambre. Todos nos vamos a morir algún día y eso nadie lo

elige, lo que se elige es qué hacer con la vida los otros días en los que no se murió. Tratar de elegir, también es una elección, y es cierto que no todos tenemos las mismas oportunidades para elegir, pero tratar de cambiar esa realidad mientras se pueda también es otra elección.

Hablando de decidir, recuerdo la frase que nos dijo un profesor en la primera clase de la carrera. - De pronto a alguno lo pudieron haber obligado a estudiar derecho, ingeniería, pero dudo mucho que a alguien aquí lo hayan obligado a estudiar esto, todos saben lo que están haciendo. Comenzando con que esta ni siquiera es la empeliculada carrera de Cine, es Comunicación Audiovisual y Multimedial.

Con el transcurrir de los semestres me di cuenta que entre el cine y la comunicación audiovisual y multimedia, ninguna carrera es mejor que la otra, y responden a búsquedas hermanadas pero distintas. Hablando desde lo que elegí, en la Comunicación Audiovisual y Multimedial, la palabra comunicación es la más densa de las tres. Se tenga una cámara, un micrófono, un lápiz y un papel, o simplemente las manos y el lenguaje, ese debería ser el norte, comunicación, en un mundo que cada día se comprende menos.

No pretendo romantizar una realidad tangible y cuantificable. Se estará inmerso en una industria y en un gremio. Como todo lo que vale la pena en la vida, este proceso requerirá disciplina, formación, y constancia ante todo lo venidero. “Pero las buenas intenciones no dan de comer”, “El ánimo no me llenará los bolsillos”. Todo es debatible, y en el mundo está cada vez más decaído el cuento de que hay carreras fáciles y difíciles, que dan y no dan plata. El mundo avanza a un ritmo y bajo unas dinámicas cada vez menos comprensibles, pero dentro de todo hay decisiones que valen la pena, y una de ellas es tener el coraje de dedicarse a algo para lo que uno cree que está hecho, o que es bueno, o le gustaría llegar a serlo.

Esta elección no partiría en dos mi vida, porque vida es lo que uno forma integralmente a lo largo del camino, y quería que mi camino fuera narrar con imágenes y sonidos y estar abierto a otras maneras de comunicar. Esa elección que tomé frente a mis padres en la cocina fue una de mis primeras decisiones acertadas, y así no lo fuera, esa decisión era yo. Uno es lo que decide, y no puedo negarme a mí mismo lo que soy y me encanta ser.



Fotografía: Alejandro Pinto

14.2 Con un pie adentro y otro quién sabe dónde

Cuando una película no conecta y no se siente que te interpela directamente en la silla, el tiempo adquiere una dimensión ordinaria y cotidiana, tanto que la historia dura lo que dura el argumento. Cuando la película te habla directamente, y sientes que ese relato es indispensable para ayudarte a comprender, sentir, o decidir sobre algo, el tiempo es relativo y extracotidiano, ni siquiera adviertes el momento en que la historia llega a su fin. No se me ocurrió una mejor manera de explicar cómo me siento en este momento, ad portas de terminar la carrera y sin saber a qué horas pasó todo.

Aún me veo perdido en algún lugar de la Universidad de Antioquia, preguntando dónde queda el estudio de televisión mientras camino en sentido contrario a él. No pasé en la UdeA un tiempo muy extenso, pero tampoco los 4 años que inocentemente presupuestaba al principio. Pude conocer de primera mano el funcionamiento del pregrado, y sentirlo como un ente vivo. Ni él ni yo nos quedamos estáticos, ambos nos transformamos experimentando constantemente con el otro, cambiando maneras de pensar y entender nuestro papel en el mundo.

De un semestre a otro yo pasaba de calvo a mechudo, con un sombrero distinto y nuevos términos en mi vocabulario. Hablaba de un pensar “audiovisuable”, para chicanear esa palabra mientras tomaba pola un viernes en Bantú. Por su parte, de un semestre a otro, el pregrado cambiaba temas, metodologías, necesidades epistemológicas y lecturas de su rol para la sociedad. No voy a negar que me abrumaba esta cambiadera, y me sentía tambaleando sobre algo que nunca estaría firme. Hoy puedo decir que aún no lo está, o mejor aún, que nunca fue estático, que se piensa flexible ante los cambios de los medios de comunicación y la sociedad como entes orgánicos. Me gusta pensar que fui parte de algo vivo, donde ambos nos mantuvimos respirando al mismo pulso.

Al final de este proceso, no exclusivamente académico, estoy cosechando todo lo aprendido y desaprendido en estos años. Percibiendo como ideas han madurado, y otras han desaparecido para dejar lugar a otras más frescas. Me veo capaz de afrontar nuevas experiencias laborales, con una maleta llena de conocimiento y habilidades, pero debo confesar que por ratos me da miedo revisar, pues la siento más vacía de lo que debería estar. Causa angustia pensar que no se sabe aquello que se supone se debería saber en este punto. Lo cierto es que las cosas no “deberían “ser de ninguna forma, y sólo son como hemos dispuesto a que sean. En una profunda

introspección de mi proceso, encuentro cambios innegables que me permitieron aprender a pensar y crear de distintas maneras, que no se pueden cargar en una maleta ni pretender abarcar en una inerte hoja de vida. Pienso que el mejor estado de los saberes es no ser consciente de que se los posee, porque están inconscientemente adheridos a quien se es.

No quisiera dejar de mencionar el valor de la formación integral que encontré en la UdeA. Uno no viene solamente a llevarse conocimientos y habilidades, para mí esto sería dejar la tarea a medio hacer. Sin esperarlos, los aprendizajes que más valoro los encontré tomando un tinto en el 12, almorzando con alguien en los huecos, esperando el bus, o quedándome con mis amigos y amigas con el pretexto de no querer llegar todavía a la casa.



14.3 Mis máximas audiovisuales

Como si fuera un ranking top, una lista de mercado, o un guango de tips arrojados al aire en avioncitos de papel esperando que lleguen a quien le puedan hacer bien, quiero compartir mis

“máximas audiovisuales”: una recopilación de los aprendizajes que considero más significativos a lo largo de mi paso por la carrera.

1. “Si lo digo es porque estaré dispuesto a compartirlo”. Que grato es escuchar algo nuevo que no se sabía, y que quien lo mencionó quiera explicarlo sin aires de superioridad, con ánimos de compartir. En la U pública el conocimiento debe ser igualmente público.
2. “En el proyecto está el nombre de todos”. Muchas veces en los proyectos se libra una agotadora competencia por quien es el o la mejor en algo, y las personas se duelen sólo por el fragmento en los créditos que representa su rol en el trabajo. El éxito de un proyecto debe ser holístico, e integrar el sentido de pertenencia y el trabajo en equipo.
3. “Arte con responsabilidad social”. La labor del arte no es exclusivamente ser un agente influyente del cambio social, pero siempre ha tenido el potencial de serlo. El arte está inmerso en un contexto histórico, por lo que debe ser consecuente con los efectos que podría tener en una sociedad. Siendo más comunicadores que artistas, entender el “cómo lo digo” está a la misma altura del “qué quiero decir”.
4. “Entender la aceptación de la diferencia basada en la libertad de pensamiento”. Se debe fomentar la cultura no de la tolerancia, que se limita a la coexistencia ante la resignación del desacuerdo, sino de la aceptación de la diferencia, en donde la diversidad en el sentir y el pensar debería ser la fortaleza de las bases del pregrado.
5. “Somos más que sólo plata”. El afán por una estabilidad económica lleva a los egresados a trabajar en algo que no llena sus expectativas, a recibir un salario incoherente con su formación, a un nocivo juego de tarifas en el libre mercado, o la frustración completa de las aspiraciones profesionales. La prosperidad económica es una búsqueda común, pero no se debe perder el norte principal que es una realización personal en el audiovisual mientras dialoga con el desarrollo económico.
6. “El Festivalitis”. La participación en festivales y encuentros audiovisuales son un incentivo necesario, una plataforma de visibilización y relacionamiento entre pares, pero no deben condicionar el ritmo de trabajo o ser la mayor motivación. La mayor ganancia está en el aprendizaje de la experiencia de investigación creación.
7. “Ocultar el proceso”. Muchas veces se deja en un segundo plano el proceso de creación frente al producto audiovisual, llegando a archivar productos que no cumplieron con las expectativas iniciales. La universidad no es una industria, y un producto refleja un

proceso de aprendizaje que siempre será más importante, que no se debe ocultar independientemente del resultado.

8. “No es una escuela de Cine”. Si bien la carrera tiene búsquedas comunes con una escuela de cine, su enfoque está en la comunicación audiovisual y multimedia, abarcando otras esferas que el cine no busca. Si el interés de profesores o estudiantes es exclusivo al cine, se debería optar por buscar una especificidad afín y no dejar de atender tantas posibilidades que el pregrado permite.



Fotografía: Colectivo Desde el 12

14.4 Aire fresco para el cambio

Durante una clase de quinto semestre, de estudio de la televisión y los massmedia, el profesor planteó una dinámica sencilla pero interesante. Debíamos decir algunos de los títulos de series o programas que más nos habían marcado. Se escucharon nombres como “The Sopranos” y “Mad men”, catalogadas entre las mejores series de la historia. También otras series más vigentes que se encontraban en Netflix como “Breaking bad” y “Stranger things”. En mi caso hablé de “The Walking dead”, argumentando que hay que temerle más a los vivos que a los muertos.

Así, fueron bastantes títulos, hasta que una compañera mencionó a “Betty la fea”. Se escucharon risas como un acto reflejo al escuchar ese nombre, ni buenas ni malas, sólo risas.

¿Que por qué? No sé, porque me gusta, dijo ella, y me identifico con muchas cosas de Betty. De seguro todos la habíamos visto pero a nadie se le ocurrió mencionar ese título. La mayoría de las series que se mencionaron tenían su nombre en algún otro idioma, hablan de historias que pasaron lejos de aquí, y han sido premiadas por las prestigiosas instituciones en las que muchos soñamos con trabajar algún día.

Se han construido muchos imaginarios en torno a los contenidos populares y mainstream, como que son contenido facilista, poco trascendente e inaportante, no obstante lo popular tiene gran potencial comunicativo. Volviendo a Betty, al estar en el imaginario de una gran mayoría se subestima el valor coercitivo que puede tener entre las personas, y también como puede ser motivo de un análisis social y cultural de la sociedad que refleja en la historia.

Con el éxito de las redes sociales, las narrativas audiovisuales web han calado muy profundamente en el tejido social, convirtiéndose en un tipo de contenido popular, que marca tendencias, pautas de consumo y creación de contenidos. Son contenidos frescos y dinámicos, que más allá de su factura o rigor investigativo y temático, poseen la atención de los jóvenes, quienes son una parte importante de la población y es por esta misma atención que medios tradicionales luchan por conseguirlas, apelando a estrategias a veces anacrónicas.

Es importante estar en sintonía con el mundo, sus modas y sus ritmos, saber leer los contextos y formas comunicativas bajo las cuales está conectado. La comunicación nunca ha dejado de estar en constante transformación, sobre todo en estos últimos años en los que los avances tecnológicos han permitido tomar un ritmo todavía más acelerado. Igualmente es importante estudiar al público objetivo dentro del acto comunicativo: qué consume, bajo qué hábitos, a través de qué medios, y si es del caso adaptar el código y canal comunicativo que incide directamente en la transformación del mensaje. Un claro ejemplo son los Youtubers, una tendencia que tomó fuerza para la segunda década de este siglo, consolidándose como un formato con alto nivel de penetración. En reacción a ello muchos de los productores de contenidos, afincados en formatos clásicos, han explorado las posibilidades de este entorno dejando valiosos resultados como canales de divulgación científica en YouTube, en un formato fresco y masivo.

Desde mi lugar de enunciación, me gustaría hablarle a mis contemporáneos. Hago parte de esta generación, no escapo de las tendencias ni de los sucesos virales, por el contrario, aceptar mi lugar en este mundo y en este tiempo me ha ayudado a construir mi propia identidad. Es con

la generación de los y las jóvenes con quienes cuento para gestar el cambio que este país necesita, y para ello debo estar al tanto de cómo les gusta narrar y ser narrados a través de los contenidos que consumen en su vida diaria; películas, series, novelas, videoclips. A partir de entender nuestra vida cotidiana, las modas, lo común y ordinario, es que se logra construir los relatos con los que un público puede identificarse, dialogar, y con ello, transformar.



Meme: @Chepetomates

14.5 Se vino Oink por Oink

En quinto semestre construimos un piloto de televisión llamado “Todos somos Lolo”, el cual exploraba el mundo de la televisión articulado a conceptos como el rating, la agenda setting y la corrupción en los medios de comunicación. A pesar de haber sido una experiencia muy distinta a una serie web, sembró en mí una indagación por la transformación social a través del audiovisual, y de la comedia, que toda la vida ha sido un género de mi interés. De Todos somos Lolo quedó además del nombre de lo que sería mi alter ego bufonesco, el título de un meta relato que tiempo después se convertiría en mi proyecto de grado: “Oink por Oink”, un juego entre la onomatopeya de un cerdito, y la expresión “hoy por hoy”, hablando de una realidad en donde pasan muchas “cochinadas”, pero antes que sentirnos impotentes ante ellas, usamos el humor como herramienta integradora, sanadora y transformadora.

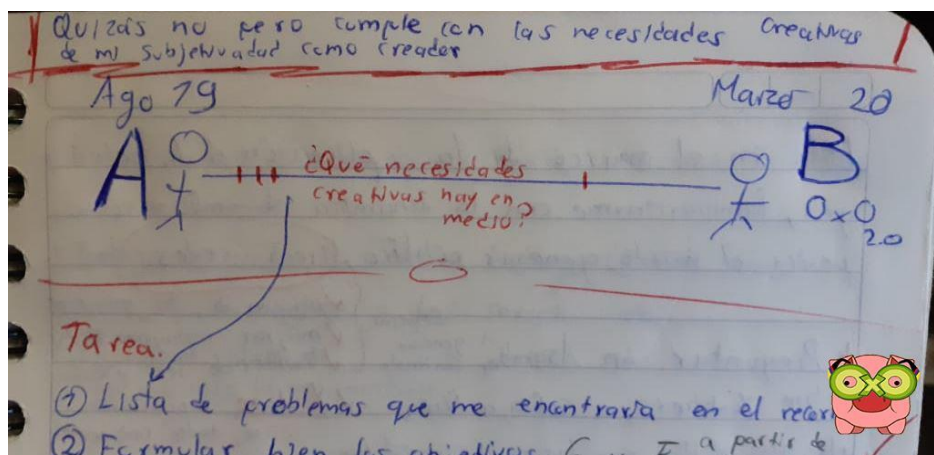
No tenía muchas claridades sobre lo que iba a ser Oink por Oink, pero estaba seguro de que deseaba algo transgresor; una serie web que genere reflexión social y conciencia crítica en el

usuario, que lejos de ser un contenido serio y cerrado para un reducido círculo, sea una serie didáctica, que se nutra de las modas y tendencias mediáticas próximas a los jóvenes, y que sus mayores herramientas sean la comedia y el humor de actualidad. La risa no discrimina raza, credo o clase social, elimina barreras, tumba ídolos y cuestiona con filigrana los puntos que toda sociedad necesita cuestionarse. Una sociedad es democrática mientras sea capaz de reírse de sí misma en autocrítica.

Paralela a mi formación audiovisual en la Universidad de Antioquia, la exploración de mi propia comicidad siempre tuvo un lugar en la agenda en cualquier momento de mi vida. En los grupos de teatro en el colegio, en la escuela de payasos con el “Colectivo Infusión”, o en las novenas familiares en las que me gustaba ser el payaso de la casa dirigiendo una sesión de aeróbicos con las tías abuelas.

El paso siguiente sería comenzar el proceso para darle un timón a estas búsquedas. Escogí a Andrés como asesor, un profe que de lejos se ve como alguien ordenado, con un plan de la A a la Z. Pero no lo elegí por esto, sino porque también es ese profe que carga pañuelos por si sus estudiantes lloran de estrés, y les da una palmada en el hombro aunque guardando cierta distancia. La primera asesoría fue muy corta pero diría que la más necesaria. Dibujamos una línea recta en una hoja de cuaderno, que iba desde punto A, un Jero dando un primer paso, a punto B, un Jero que en teoría ya recorrió todo el camino, ¿pero de qué forma?

- Vas a pasar de A a B, lo importante es qué decisiones tomas en el proceso, ese es el aprendizaje. Primera tarea, identificar qué retos crees que habrá entre A y B, y qué necesidades tienes en este momento.



La pregunta no era para nada retórica. Necesito gente, tiempo, un ritmo de trabajo para dicho tiempo, e inevitablemente plata. Todo vendría a su propio ritmo, pero lo que más me preocupaba era encontrar personas con quienes poder trabajar, y luego ser capaz de venderles la idea lo más parecido a como me la imaginaba. El primero en confirmar fue el Pazos, un muchacho que conocí en el colegio de Pasto haciendo teatro, trasnochado por el arte, el cambio, y por querer aprender un poco de todo. Luego me confirmó Migue, pelado de periodismo al que le dije: “Vos desayunás libros y memes, te necesito en el equipo”. Por último Carlos, a quien Pazos le comentó del proyecto y a él le entusiasmó, y ese entusiasmo de entrada fue lo que le abrió las puertas. Los 4 comenzamos siendo el equipo del primer impulso, por decirle de otra manera a un equipo base de producción. Más que certezas, al primer impulso le confié mis dudas e inseguridades que tenía para arrancar, y ellos, como amigos que son, me ayudaron a levantar todo desde el suelo.



14.6 Recuerdo de mi primera pandemia

Con una ruta de trabajo definida, un cronograma y un equipo base con el cual trabajar, todo era cuestión de dar manos a la obra. Con el equipo del primer impulso teníamos reuniones periódicas cada semana y lo más temprano posible para que no se nos cruzaran con el resto de las clases. Organizamos nuestros encuentros en dos momentos. En el primero discutíamos cuestiones logísticas para la proyección a futuro de la serie, en el segundo teníamos un foro abierto en el que debatíamos sobre un tema de actualidad previamente agendado, para nutrirnos de insumos para la construcción de los guiones.

Fue una fortuna que justo al inicio de la producción de Oink por Oink se me informara que fuí uno de los ganadores del apoyo para la realización de trabajos de grado del CODI y la Facultad de Comunicaciones. Al menos sabía que el dinero iba a ser un factor menos de estrés entre todos los que estaba seguro que vendrían. Hablando de estrés, algo que nadie esperaba y para lo que yo nunca hubiera tenido un plan de contingencia, fue el pequeño inconveniente que empezaba a sonar en la lejana China, y que creció como una bola de nieve rodando cuesta abajo hasta alcanzar el tamaño del planeta tierra. ¡Se declara emergencia mundial por la pandemia del nuevo coronavirus COVID-19!. Al principio tuve una risa incrédula y nerviosa, todo me parecía un chiste amargo y de mal gusto.

En las calles y en las casas las personas se empezaron a preocupar más por lo que no se sabía del virus, que era casi todo, que por lo que sí. En la U se prohibió el ingreso hasta nuevo aviso, dejando en un limbo a todos los proyectos que giraban en torno a ella y Oink por Oink estaba justamente en este grupo. La ansiedad, el aislamiento y la incertidumbre han sido sensaciones familiares para todos en este tiempo, y cada quien tendrá su historia por contar. En mi caso le di una pausa a todo sin siquiera decidirlo, pensar en el bienestar de mi familia me tenía lo suficientemente ocupado.

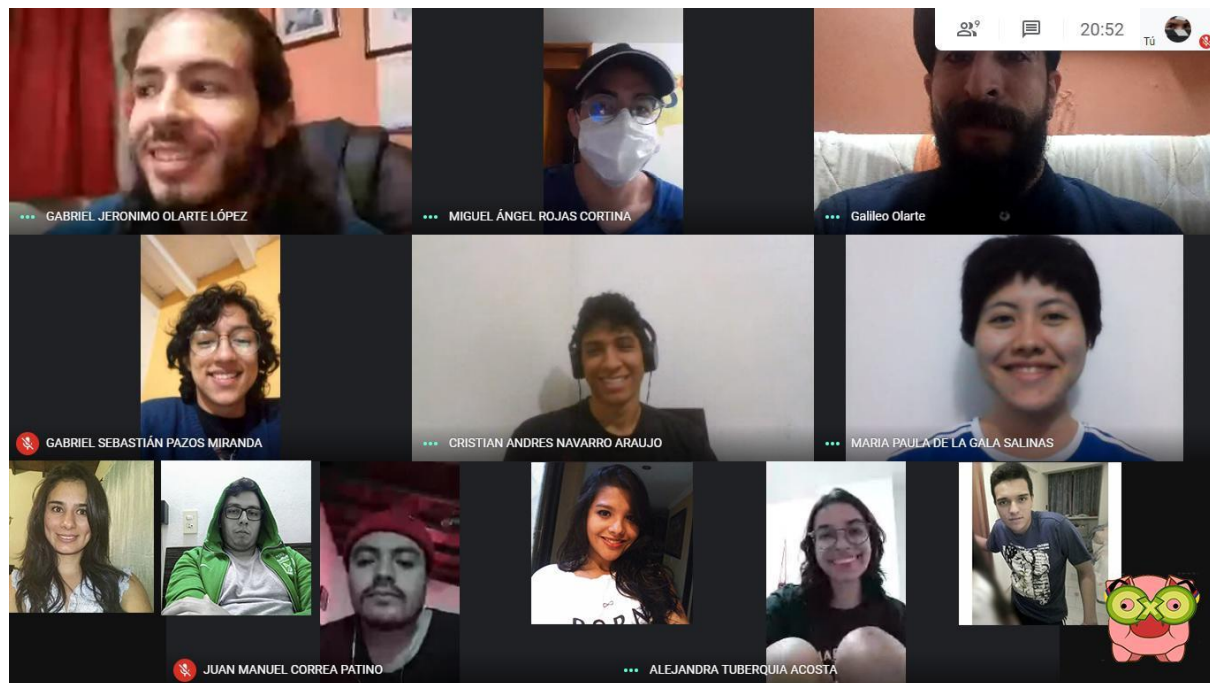
Tras un letargo de casi dos meses tuve una conversación con Andrés. Iniciamos charlando del rumbo del proyecto, pero la conversación terminó ramificándose hasta cuestionar nuestro lugar dentro de los sucesos históricos y globales. Crecí con la idea de que el mundo nunca me ha debido nada, y yo tampoco a él, pero sin tener que, creo que todos tenemos algo que ofrecer para dejar todo mejor que como lo encontramos. Como dirían en mi tierra, “perdonarán lo poquito pero es con cariño”. Oink por Oink era algo en un inicio para mi familia, mis amigos, mi

universidad y también para mí, una cosecha de las experiencias de los últimos 5 años que sentía que necesitaba hacer.

Cada vez me gusta menos usar esta palabra, porque “reinventarse” no sería tan complejo si todos tuviéramos la misma posibilidad de hacerlo. Tengo amistades que por más que lo quisieran, su proyecto no tuvo la misma suerte que el mío de reformularse para poder ejecutarse en cuarentena. Sin embargo, también fueron ellos y ellas quienes me dijeron que seguían firmes desde sus casas para colaborar en lo que necesitase. Más que de compañerismo, esto se trató de amistad. No somos nuestra competencia, los logros de nuestros amigos debemos sentirlos como propios. Les contesté exactamente lo mismo. Cuando esto acabe, e inclusive si no se acaba, así no esté seguro de cómo pero cuentan conmigo para lo que necesiten.

En las siguientes semanas todo era cuarentena, pico y cédula, tapabocas y distanciamiento. Volver a investigar, reescribir guiones, conseguir equipos (la mayoría prestados) e ir al centro a conseguir lo necesario para improvisar un estudio de grabación entre el sofá y la mesa del comedor de mi apartamento. Al momento mi hogar estaba conformado por mi hermano Galileo, y Moe, un gato gordo al que le gusta cazar insectos. La emergencia y el azar añadió otro personaje a la casa a quien recibimos como uno más dentro de la manada, Migue, el mismo del primer impulso, quien necesitaba un lugar donde pasar la cuarentena. Entre los 3 manejamos la cámara, hacíamos los tintos y reubicamos la mesa y el sofá 4 veces. Por dos semanas el apartamento estuvo oscuro para evitar los cambios en la nada uniforme luz natural de la casa, y la cinta adhesiva fue el mejor aliado como en la mayoría de los rodajes, por más improvisados que sean.

Recordaré la pandemia de este año, y ojalá que única de este siglo, como una actividad familiar de la que nació Oink por Oink, cosa por lo que les estaré eternamente agradecido en especial a ellos dos.



14.7 Lolo y yo

“Al final si terminaste volviéndote youtuber”, “¿Y no te da susto mostrarte así en redes?”, “¿Y si a la gente no le gusta, o si se burlan?”; eran solo algunos de los cuestionamientos que personas cercanas me hacían al comentarles lo que iba a hacer de trabajo de grado. Al principio era innegable la inseguridad al pensar en exponerme ante extraños, sin tener la posibilidad de justificar o explicar nada, sólo lo que mis videos y mi personaje virtual puedan decir por sí solos. Tendré una identidad virtual, construida según una estrategia y necesidades comunicativas, que me permitirán desenvolverme en un ecosistema digital. Lolo es el personaje con el que yo, Jerónimo, soy protagonista de la serie web de humor de actualidad nacional “Oink por Oink”, que apenas está empezando.

Lolo nace hace algunos años como fruto de mi formación paralela en teatro, pero también como resultado de una necesidad comunicativa de índole sociopolítica. Lolo es juguetón, extrovertido, satírico y elocuente para manifestar su opinión ante el acontecer colombiano. A diferencia de quien les escribe, una persona serena, mediadora y se podría decir que algunas veces parca. Este contraste no sólo es un ejercicio para mi formación personal, es un experimento público en donde tendría una oportunidad de expresar mi ser político consolidado en un ciber discurso emergente.

Mi identidad real se ha construido en un tiempo kairológico, y se encuentra en constante dinamismo. Aunque a veces estén dentro de un acto consciente, los factores sociales y culturales que definen quien es uno están por fuera de nuestro control. En contraste, la identidad de Lolo se construye de manera consciente, negociada y en retroalimentación con el espacio y tiempo vividos. Sus gustos, defectos y virtudes, se alimentan de factores controlables, que se pueden elegir o rechazar, construyendo una identidad eidética y escapatista a partir de las características que elijo mostrar.

Dentro de Oink por Oink, se contemplan narrativas de ficción y no ficción, rompimiento de la cuarta pared, efectos de distanciamiento teatral, y por supuesto el monólogo. Lolo tiene pleno conocimiento de que hablar para sí, es hablar indirectamente para todas las personas que lo siguen en su página, bien sean simpatizantes o detractores, y con ello garantizar el crecimiento de su ciberdiscurso a través de una comunidad con un interés común.

Asumir una identidad virtual puede generar diversas posturas. En un principio sentí que estaba suplantando a alguien que genuinamente no soy. No obstante, Lolo no surgió del azar. Nace como la manifestación de deseos tanto conscientes como inconscientes que vienen de mi identidad real, pues nada de lo virtual nace en lo virtual sin tener un detonante en un espacio real y físico. Orientándome por la misma analogía, detrás de la identidad virtual de un usuario, hay una identidad física que dialoga con ella y se retroalimentan constantemente. Esta identidad también es el ser político, con voz y voto y deseos de entender el mundo y cambiarlo. Es a este ser a quien Lolo dirige su mensaje. Las identidades virtuales además de generadoras, son facilitadoras de la comunicación.

Lolo es mi carta de presentación ante un mundo cada vez más regido por lo virtual, una aldea global en palabras de McLuhan. Lolo es un testimonio del traspaso de los límites que tiene la identidad de un Jero, más densa pero menos volátil. Lolo me otorga una voz en redes que era impensable en otro tiempo, que me permite existir en otro plano de la realidad que es fundamental para entender los cambios comunicativos contemporáneos.



14.8 Manifiesto del Bufón

Si hoy me deajo llevar,
no será para gatear estas calles, ni rayar sus paredes.
Será para llevar por la tierra,
las lenguas de quienes aún hablan con el pulso.

Si hoy me deajo llevar, hablaré hasta por los codos,
andaré preguntas arriesgándome a respuestas.
Nunca el decir mató tanto como el callar.

Si hoy me deajo llevar, me cambiaré el nombre
por todos los que tuve antes.
Me pintaré la cara, cambiaré de ojos y de piel,
Seré el otro, me haré en el otro.

Si hoy me deajo llevar será por el agua,
por el amor y por el pan,
por la verdad y la tierra.
Por todo cuanto olvidamos
que algún día sí fue de todos.

Si hoy me deajo llevar, seré bufón y nunca rey.
Con una risa como el sol,
que ilumina las coronas tanto que las funde.

Temeré por mi cabeza en patria de tumbas y silencios.

No aspiro a merecer nada
que deba llevarme a la otra vida.

Si hoy me dejo llevar, no habrá vuelta atrás
aún siendo último en la fila.

Será para caer y levantarme,
engañando al lujo de la quietud.

Haré de mí mi propio chiste,
de la fragilidad mi fortaleza,
y mi mayor arma la ternura.
En una tierra donde nadie espera,
no perderé el derecho a la sorpresa.

Si hoy me dejo llevar, la luz dirá “grabando” en rojo,
al igual que mi nariz.

No podré hacer por siempre,
pero siempre cargaré con lo que hice,
si hoy me dejo llevar.



15. CONCLUSIONES

El recorrido de investigación creación que dejó Oink por Oink fue un aprendizaje que trascendió las especulaciones de un anteproyecto o una metodología por aplicar. Si bien se encontró aquello que inicialmente se esperaba encontrar en torno a un proceso por ejecutar, unos productos que crear y un tema sobre el cual se esperaba tanto problematizar, como llegar a mis propios postulados; los principales resultados nacieron del transitar del proyecto en sí mismo, y en entender el proceso como un ente dinámico y orgánico.

Respecto al primer objetivo específico, los elementos audiovisuales narrativos que se identificaron en el corpus, dieron lugar a los cimientos que serían capaces de levantar no sólo a Oink por Oink, sino a cualquier otra propuesta seriada de humor de actualidad en la web. Bien se sabe que cualquier buena cosecha que se tenga en producción o postproducción, no sería posible sin una semilla plantada en la preproducción. Entre los elementos audiovisuales que fueron insumo para las premisas narrativas de Oink por Oink (universo, personajes y conflictos) se destacan el lenguaje verbal, que al ser pilar de una comunicación verbocéntrica, característica en este tipo de contenidos, orquesta al tratamiento humorístico y al contexto sociopolítico que se buscan conjugar en la acción connotativa conjunta, el discurso de Oink por Oink. El lenguaje verbal, articulado también al no verbal, es fundamental para plantear un juego de contrasentidos, no directividad y dinamismo que son ejes imprescindibles en productos de humor de actualidad.

Otro elemento por destacar es el tratamiento de personajes. Estos, más allá de ser en quienes descansa el relato, son los puentes entre la identificación y representación con un público objetivo, tanto por su peso simbólico, ideológico y empático, como referencial, que puede hacer a un contexto y realidades particulares. Un último elemento por destacar es el tono comunicativo, elemento sobre el cual se debe desarrollar plena conciencia a la hora de escribir.

Entender que el entorno digital, la plataforma, el público objetivo y la actualidad misma, son factores que deben atravesar transversalmente la construcción del relato, ya que este no puede ser estático ni aislado.

Los elementos audiovisuales para las premisas narrativas de la serie, demostraron tener una alta versatilidad y adaptabilidad. Este suceso se comprobó luego de la reorientación metodológica fruto de la pandemia, que demandó la escritura de nuevos contenidos coherentes

con las condiciones reales de producción y una coyuntura global. Si bien la escritura de humor responde a rasgos socioculturales específicos, una coyuntura como la pandemia es capaz de marcar un tono humorístico, tanto en tema como en formato.

Respecto al segundo objetivo específico, los elementos audiovisuales de lenguaje y puesta en escena provenientes del corpus que se señalaron, fueron los idóneos para marcar el estilo propio, en cuanto a concepto, técnica y estética. A partir de un guion se pueden hacer distintas interpretaciones, pero es cuando se proyecta en un rodaje cuando se escoge el sello distintivo que caracterizará al producto. Entre los elementos audiovisuales del corpus que fueron empleados para llevar los guiones a un plano audiovisual, se destaca en primer lugar la dirección de fotografía. Este elemento permite estar en sintonía con una tendencia global en el tratamiento visual de los contenidos, articulando en ella formas exitosas y recurrentes como una imagen naturalista, una luz plana, un plano medio y predominantemente estático que acentúa la relación del sujeto, en la mayoría de casos también realizador, con la cámara como dispositivo acompañante.

Otro elemento por destacar es la puesta en cuadro. Tiende a ser simple y no armónica, puesto que la visualidad es un recurso que gira en torno a una propuesta verbocéntrica. De la misma manera la dirección de arte, que se enfoca más en la representación y referenciación que en la simulación de un entorno. Un elemento que se pensó potenciar desde la propuesta de Oink por Oink es el uso del fuera de cuadro, apoyado principalmente en lo sonoro. Este elemento marcó un sello característico en los productos que puede ser una pieza clave para consolidar un estilo propio.

Un elemento de puesta en escena que no fue protagonista dentro del análisis del corpus, pero que se consolidó como uno de los más importantes tanto para Oink por Oink como para cualquier otro contenido web de humor de actualidad, es la interpretación actoral de los personajes. En este formato, principalmente en los *videoblogs*, la relación interpersonal entre el intérprete y usuario es una de las claves del éxito del contenido, puesto que es el personaje quien guía al usuario a través de la experiencia. La figura de Lolo fue decisiva para iniciar la relación entre el público objetivo con todo el universo de Oink por Oink, junto con los personajes secundarios que se presentaron después. La pandemia puso un reto especial en mi calidad como realizador del proyecto, y fue en la exploración de mi propia comicidad junto con la interpretación de 3 personajes, acciones que no estaban contempladas al principio del proyecto,

pero que dejaron un resultado positivo tanto en la acogida que tuvieron los contenidos, como en mi formación personal en función del Oink por Oink.

Respecto al tercer objetivo específico, los elementos audiovisuales de montaje provenientes del corpus, se basaron principalmente en el estudio y emulación de formas, técnicas y estructuras exitosas de montaje en entornos digitales. El ritmo de montaje es un común denominador explícito en los contenidos web, no exclusivamente de humor, que incluso se consolida como una marca generacional de este tiempo. Se ha llegado a hablar de estética *Youtuber*, cuando se usan cortes rápidos entre cada proposición verbal, junto con diseño gráfico y efectos visuales recurrentes. Entre los elementos audiovisuales de montaje provenientes del corpus para orientar la postproducción de los capítulos de Oink por Oink, se destacan un ritmo de montaje ágil, con cortes abruptos y explícitos, con una cantidad justa de información que ocupa casi todo el contenido. Los momentos de silencio y pasividad son escasos, pues es característico que haya una constante estimulación de información tanto verbal como audiovisual. Otro elemento identificado fue el uso de recursos gráficos como animaciones, diferentes colorizaciones, efectos visuales y sonoros que hacen el contenido más didáctico y entretenido. Un último elemento de montaje por destacar es el uso de imágenes de archivo articuladas a imágenes rodadas dentro de una misma línea de tiempo, usualmente para un efecto cómico o contextualizar una acción. Este elemento de montaje es uno de los más representativos dentro los contenidos web de humor.

Si bien se puede tener una guía para el montaje, en este caso el Pastel, el grueso de una propuesta de montaje se construye a partir del material rodado que plantea las posibilidades reales de trabajo. En el caso de Oink por Oink, las imágenes registradas permitieron aportar rasgos característicos que surgieron al momento del montaje como una colorización distinta para cada personaje, efectos de *glitch* y el cambio en la relación de aspecto en algunas piezas.

Al nivel del objetivo general, todos los elementos audiovisuales comunicativos previamente mencionados, condensados dentro del Pastel, consolidaron los cimientos sobre los cuales se levantaría un proceso de proposición y experimentación creativa, que se nutriría de sus propios hallazgos, el cual dio por resultado la primera versión de la Biblia de producción de Oink por Oink, junto con el desarrollo de algunas de las piezas audiovisuales contempladas dentro de ella, que fueron el fundamento creativo para el presente trabajo de grado. No obstante, es en la Biblia en donde descansa la proyección futura de Oink por Oink como una serie web

sostenible en sí misma, desligada de un marco académico y orientada por el acontecer nacional. Las dinámicas de producción de un contenido de actualidad son distintas a las de los contenidos convencionales. Más allá de marcar un ritmo de trabajo constante y periódico, la palabra “actualidad” guarda una premisa en el hacer, donde es menester que los productos se sientan frescos, actuales y simulen un diálogo en tiempo real con una coyuntura o fenómeno social.

Así no se hayan contemplado dentro de la formulación inicial del proyecto, de su desarrollo emergieron nuevos cuestionamientos que abrieron puntos de discusión dentro del espacio creativo. Dichos puntos problematizaron la naturaleza del objeto de investigación al igual que enriquecieron su entendimiento. Entre ellos está la interacción digital, realizada a modo de experimento, que se tuvo con los usuarios a través de 3 plataformas de forma simultánea. Dicha interacción concluye en un balance positivo de la serie en su primer pilotaje, con un público receptivo ante la propuesta de Oink por Oink. De igual manera dejó la experiencia de que la retroalimentación activa de los usuarios y las dinámicas del entorno social pueden ser un acertado insumo creativo, principalmente para buscar ‘viralidad’. Esta interacción digital temprana e informal, será una pieza clave para la futura proyección de la serie en un lanzamiento oficial, con una producción constante y periódica, bajo una estrategia digital y también con búsquedas de financiación.

Para finalizar, el aporte de Oink por Oink al campo audiovisual no se limita a dejar un terreno fértil para su propio desarrollo y difusión, sino también caminos trazados para motivar y apoyar otras investigaciones, sean propias o ajenas, sobre el fenómeno de la comunicación audiovisual en las redes, donde además de hacer parte de su apogeo, podamos ser protagonistas en él. Esto es Oink por Oink, para tomarse en serio al país.

16. Referencias y Bibliografía

- Arango, G.y González, M. (2009) Televidencias juveniles en Colombia: fragmentación generada por un consumo multicanal. Bogotá, Colombia. Palabra Clave, vol. 12, núm. 2, diciembre, 2009, pp. 215-234 Universidad de La Sabana
- Arango, C. (2019) 12 18: Centennials, generación sin etiquetas. Bogotá. Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Recuperado de

- https://www.utadeo.edu.co/sites/tadeo/files/node/publication/field_attached_file/pdf_centennials_web- sin guias 05-19.pdf
- Baquero, C. (2006) Estudio del sentido del humor. Recuperado de https://ebuah.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/438/TESIS_SegundaP.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- BAJTIN, M (1974). La cultura popular en la edad media y renacimiento. Trad. de FORCAT, Julio & Conroy, César. Barcelona: Barral Editores, 1974. p. 110.
- Bauman, Z. (2000) Modernidad líquida. Fondo de cultura económica. Buenos aires. Recuperado de <https://catedraepistemologia.files.wordpress.com/2009/05/modernidad-liquida.pdf>
- Carvajal, A. La Clownmunicadora (2016) Canal de YouTube. Recuperado de https://www.youtube.com/channel/UCFjBFN_PafUDDjo526zZb2A/feed
- Capusotto, D. Peter Capusotto y sus videos (2010) Canal de YouTube. Recuperado de <https://www.youtube.com/user/petercapusottotv/about>
- Casares, J. (2002): El humorismo y otros ensayos. Obras Completas, Tomo VI. Madrid, Espasa-Calpe, 1961, pp. 21-4
- Colorado, C. (2014) Elementos de lenguaje fotográfico. (Mensaje en un blog). Recuperado de <https://oscarenfotos.com/2014/05/03/elementos-del-lenguaje-fotografico/>
- Castrillón, J. (2018) Narrativas y contenidos audiovisuales en los canales de Youtube AlphaInvestments y Tolarian Community College.(Tesis de pregrado). Universidad de Antioquia. Medellín.
- Calvi, J. (2010) La reconfiguración del campo cultural, Lógicas sociales de creación y circulación del audiovisual en Internet. Madrid, España. Revista TELOS.
- DNP, Departamento Nacional de Planeación (2016) El futuro del sector audiovisual en Colombia: Necesidad de política pública y reformas normativas en el marco de la convergencia tecnológica y las tendencias del mercado. Informe final. Recuperado de https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Publicaciones/Informe%20convergencia%200dyd%20rev_STEL%2018-01-2017CEVC.pdf
- Diccionario panhispánico de dudas Real Academia Española diccionario (2005) Definición de hiper (versión electrónica) RAE Recuperado de <http://lema.rae.es/dpd/srv/search?key=hiper->

- El Tiempo (31 de mayo 2018) Clímaco Urrutia. El Tiempo. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/cultura/arte-y-teatro/climaco-urrutia-humor-cachaco-y-politico-especial-de-la-historia-del-humor-colombiano-215658>
- El Tiempo (2018) ¿Cuál es la gracia? Los mejores comediantes colombianos. El Tiempo casa editorial. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/cultura/los-mejores-comediantes-colombianos-especial-el-tiempo-173024>
- EFE. (2017) El humor en las redes sociales, herramienta para mejorar la sociedad. Periódico El Tiempo. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/el-humor-en-las-redes-sociales-puede-ser-una-herramienta-para-mejorar-la-sociedad-150994>
- Foucault, M. (1970) El orden del discurso. Recuperado de https://monoskop.org/images/5/5d/Foucault_Michel_El_orden_del_discurso_2005.pdf
- Fernández, A., Lazkano, A., Eguskiza, L. (2018) Nativos digitales: Consumo, creación y difusión de contenidos audiovisuales online. Revista Comunicar (vol. 57, p.61-69.) Recuperado de shorturl.at/jsE17
- Gallego, B. (2011) De las series tradicionales a las series web. (Tesis de pregrado). Universidad de Extremadura. Extremadura, España.
- Galán-Gamero, J. Marzo de 2014. Cuando el ‘cuarto poder’ se constituye en cuarto poder: propuestas. Palabra Clave 17 (1), 152-187.medios de comunicación como 4 poder. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5243137>
- González, O. (2018) Apropiación y hábitos de consumo de jóvenes en Colombia frente al contenido de los youtubers. Montevideo, Uruguay. Dixit no.28 Universidad de Málaga, España.
- Gonzales, D. (2018) El millennial colombiano no es como lo pintan. EAFIT Noticias. Recuperado de shorturl.at/msHWX
- Hootsuite. (31 de Enero de 2019). Digital 2019. Recuperado de <https://datareportal.com/reports/digital-2019-colombia>
- Hernández, R. Collado, C. Baptista, P. (2010) Metodología de la investigación. Quinta edición Editorial McGRAW-HILL. México D.F. Heredia, R. (2016) Humor y discurso, una propuesta para el análisis de la protesta en Youtube. Revista Lenguaje. /Vol. 44 No. 1 pág. 83-109).

- Hall, S. (1973) "Encoding/Decoding." *Culture, Media, Languaje. Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*. Hall, Stuart y otros, eds.: Londres: Hutchinson. 128-138. Recuperado de <https://estudioscultura.wordpress.com/2011/10/18/codificar-y-decodificar-de-stuart-hall/>
- Jenkins, Henry (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press. p. 308.
- López, A. (26 Ago 2019) ¿Por qué a los adolescentes les gusta Youtube? (Mensaje en un blog) Recuperado de <https://www.tooltyp.com/por-que-a-los-adolescentes-les-gusta-youtube>
- López, A. (2016) La invasión de los idiotas y el mundo feliz que predijeron Aldous Huxley y Umberto Eco (Mensaje en un blog) Recuperado de <https://culturacolectiva.com/tecnologia/la-invasion-de-los-idiotas-y-el-mundo-feliz-que-predijeron-aldous-huxley-y-umberto-eco>
- Medina, E. (2019) Estas son las preocupaciones de los 'millennials' colombianos en 2019. Bogotá te escucha (Mensaje en un blog) Recuperado de shorturl.at/afB27
- McLuhan, M. y Nevitt, B. (1972). *Take Today: the Executive As Dropout*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- McLuhan, M. (1964) *Understanding Media: The Extensions of Man*. Canadá. McGraw-Hill Education
- Marques, P. (1995, última revisión en 2003) *Introducción al lenguaje audiovisual*. UAB. Recuperado de https://perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/tpm-lenguaje_audiovisual.pdf
- Mariano, E. (2019) *Teorías de la comunicación: La comunicación audiovisual*. Recuperado de https://www.academia.edu/15773849/La_comunicaci%C3%B3n_audiovisual_1._Teor%C3%ADa_de_la_comunicaci%C3%B3n
- Marín, J. AquinoTicias (2010) Canal de YouTube. Recuperado de <https://www.youtube.com/user/joseps86>
- Manovich, L. (2006) *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Editorial Paidós. Buenos Aires
- Morales, F. y Hernández, P. (2012) La webserie: convergencias y divergencias de un formato emergente de la narrativa en Red. *Revista Comunicación UAB*. (No. 10, Vol.1, pág.140-149).

- Mcluhan, M. y Powers, B. (1989) La aldea global. Gedisa Editorial, tercer edición. Barcelona España
- Nielsen Holdings. (Sf). En Wikipedia. Recuperado el 25 de Sep del 2019 de https://es.wikipedia.org/wiki/Nielsen_Holdings
- Nielsen (2015) ¿CÓMO VEN HOY CONTENIDOS DE VIDEO LOS COLOMBIANOS?. Recuperado de <https://www.nielsen.com/co/es/insights/article/2015/como-ven-contenido-de-video-los-colombianos/>
- Ortegón, F. (2017) Historias de un sátiro posmoderno: Quac! el noticero y Jaime Garzón en la Colombia de los años noventa. (Tesis de pregrado). Universidad Pontificia Bolivariana - Seccional Bucaramanga. Bucaramanga.
- Orihuela, J. (2002) Los nuevos paradigmas de la comunicación. *eneCuaderno*. Recuperado de <https://www.ecuaderno.com/paradigmas/>
- Orrego, J. (2017) La crítica social en el discurso audiovisual de la serie South Park: Un análisis de tres episodios. (Tesis de pregrado). Universidad de Antioquia. Medellín.
- Peñalosa, M., López, D. (2016). La generación de los millennials frente al consumo socialmente responsable. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, XII(23),73-81. ISSN: 1900-5016. Disponible en shorturl.at/enpqG
- Peter Coffin (2006) Canal de YouTube. Recuperado de <https://www.youtube.com/user/petercoffin/featured>
- Pérez, J. y Merino, M. (2015, Actualizado: 2017). Definicion.de: Definición de aldea global. Recuperado de <https://definicion.de/aldea-global/>
- Plata, M. (2009) La Banda Francotiradores: cuando la política es cosa de risa (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, Colombia.
- Quac El Noticero Jaime Garzón (2018) Canal de YouTube. Recuperado de <https://www.youtube.com/channel/UC18RBohqhmOiYuZlmd0HagA/featured>
- Quintero, D. (2016) Fórmulas audiovisuales nativas y representativas del entorno digital, alojadas en el repositorio YouTube. (Tesis de pregrado). Universidad de Antioquia. Medellín.
- RAE. (2018) Definición de comunicación. Real academia española. Recuperado de <https://dle.rae.es/?id=A5G2vNP>

- RAE. (2018) Definición de elemento. Real academia española. Recuperado de <https://dle.rae.es/?id=EWqThMH>
- Riaño, A. Juanpis Gonzales (2018) Canal de YouTube. Recuperado de <https://www.youtube.com/channel/UC49w7S0pbX6HMJeiWibcvsg/featured>
- Seba, A. (2019) Imagen y sonido. Revista online Cibertronic (No. 15) Universidad Nacional de Tres de Febrero. Recuperado de http://www.untref.edu.ar/cibertronic/imagen_sonido/nota15/alejando-seba-1.html
- Scolari, C. (15 de Junio de 2013) LA TV DESPUÉS DEL BROADCASTING: HIPERTELEVISIÓN, REDES Y NUEVAS AUDIENCIAS. (Mensaje en un blog). Recuperado de <https://hipermediaciones.com/2013/06/15/la-tv-despues-del-broadcasting-hipertelevisión-redes-y-nuevas-audiencias/>
- Semana (08/03/2013). Klim, el caballero de la sátira. Revista Semana. Recuperado de <https://www.semana.com/cultura/articulo/klim-caballero-satira/352917-3>
- Samper, D. #HolasoyDanny (2016) Canal de YouTube. Recuperado de https://www.youtube.com/channel/UCRTAHXRbRuYlsSCmb_78d_Q/about
- Streaming. (Sf). En Wikipedia. Recuperado el 24 de Sep del 2019 de <https://es.wikipedia.org/wiki/Streaming>
- Schiffrin, D. (2011) Definiciones de discurso. Revista de Investigación Educativa 13. Recuperado de <https://www.uv.mx/cpue/num13/practica/completos/Schiffrin-Definiciones%20de%20discurso.pdf>
- Sierra, I. y Yépez, E. (2018) La identidad cultural, el estilo de vida y las prácticas de consumo frente al uso de la plataforma digital YouTube en jóvenes pertenecientes a las generaciones Y y Z. (Tesis de pregrado). Universidad Santo Tomás. Bogotá.
- Target: mercado objetivo (sf) En Wikipedia. Recuperado el 25 de Sep del 2019 de https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado_objetivo
- Ulloa, C. (2008) Arma del contrapoder: Humor político y medios. Revista Chasqui. volumen(104), 72-77.
- Ulloa, C. (2008) Arma del contrapoder: Humor político y medios. Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación. (No. 104 pág. 72-77)

Urrea, J. (2014) Lenguaje y contenido audiovisual de los programas en internet frente a los programas de televisión convencional. Revista Lasallista de investigación. (Vol. 11 No. 2 pág. 36-42).

Voz Populi Te Ve / Canal Caracol (2016) Canal de YouTube. Recuperado de https://www.youtube.com/channel/UC9NdA_NI5ZbYczewgHeNfVw/about

Van Dijk, T. (1985). Introduction: discourse as a new cross-discipline. En T. Van Dijk (Ed.), Handbook of Discourse Analysis, 1: Disciplines of Discourse (pp. 1-10). New York: Academic Press.

17. ANEXOS

Los anexos se ubican en una carpeta externa fuera del proyecto

- *Anexo 1 “Corpus Audiovisual”*
- *Anexo 2 “Tablas de análisis comparado”*
- *Anexo 3 “La transformación de Lolo”*
- *Anexo 4 “Ensayos pre rodaje”*
- *Anexo 5 “Cronograma”*
- *Anexo 6 “Presupuesto”*
- *Anexo 7 “Contenidos menores”*
- *Anexo 8 “Cuarentellings”*
- *Anexo 9 “Canción original”*