

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

ESCOLA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Comunicación Audiovisual



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



ESCOLA POLITÈCNICA
SUPERIOR DE GANDIA

“El vídeo interactivo. Análisis de la estructura de documentales interactivos”

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autor/a:

Ruiz Cárcel, Aitor

Tutor/a:

García Miragall, Carlos Manuel

GANDIA, 2019

Resumen

El siguiente trabajo plantea el análisis y la comparación de varios documentales interactivos desde la perspectiva de la interactividad en el medio audiovisual.

La interactividad permite al usuario pasar de ser un mero observador a formar parte de lo que está viendo, a ser parte activa de la historia; una comunicación bidireccional entre el vídeo y el espectador.

No se puede encontrar una definición concreta para el vídeo interactivo, pero se puede entender el significado a través de sus características y diferencias con el vídeo lineal. Este trabajo de final de grado busca el acercamiento del lector a estos nuevos términos a través de los dos conceptos que lo componen: interactividad y vídeo digital.

En este proyecto se muestra la facilidad de creación de estos nuevos formatos gracias tanto a la programación, como a las numerosas y nuevas herramientas que han ido surgiendo en los últimos años. Herramientas con una interfaz sencilla e intuitiva que permite transformar vídeos lineales en otros con interactividad.

Mediante el estudio de los documentales se obtendrá la estructura de cada uno de ellos y se aproximará al potencial de estas nuevas maneras de producción audiovisual interactiva.

Palabras clave

Vídeo interactivo, interactividad, documental, multimedia, vídeo lineal.

Abstract

The following work encompasses the analysis and comparison of several interactive documentaries from the point of view of interactivity in audiovisual.

Interactivity allows users to go from being just observers to be involved in what they see, to be part of the story: a two-way communication between the video and its audience.

We cannot find a particular definition for interactive video, but it is possible to understand its meaning through its features and differences with the linear video. This final project aims to give the reader an approach to these new terms through the two concepts it is made of: interactivity and digital video.

The following project shows the ease to create these new formats thanks both to code and many new tools that have arisen in the last few years. Tools with simple user-friendly interfaces that allow to transform linear videos into interactive videos. By studying the documentaries we will get the structure of each of them and we will get close to the possibilities of this new ways of interactive audiovisual production.

Key words:

Interactive video, interactivity, documentary, multimedia, linear video.

Índice

1. Introducción	5
1.1 Motivación	5
1.2 Objetivos	6
1.3 Metodología	6
1.4 Estructura de la memoria	7
2. Marco teórico	8
2.1 Video Interactivo.....	9
2.1.1 Video digital	11
2.1.2 Interactividad	13
2.2 Nueva definición.....	15
2.3 Del vídeo lineal al vídeo interactivo	17
3. Creación de vídeos interactivos	20
3.1 Programación	21
3.2 Herramientas.....	22
3.2.1 Vizia.....	22
3.2.2 Playfilm	24
4. Narrativa de los vídeos interactivos	27
5. Géneros y ejemplos.....	34
5.1 Publicidad.....	35
5.2 Educación	36
5.3 Series y Películas.....	38
5.4 Documentales	39
6. Análisis del documental interactivo	40
6.1 Montelab	41
6.2 Dyatlov	46
7. Conclusiones	48
8. Referencias.....	49

1. Introducción

Este proyecto se centra en la investigación del documental interactivo. Para ello, primero se habla del vídeo interactivo y se describe este nuevo formato mediante la explicación de las dos palabras que lo componen: vídeo e interacción.

A continuación, hemos redefinido el concepto, tomando de base las diferentes explicaciones que han dado sobre el vídeo interactivo diversos autores. Seguido a ello encontramos la comparativa entre el vídeo lineal o pasivo y el vídeo interactivo.

Tras analizar diversos programas de creación de interactivos, definir las diferentes narrativas que existen, así como los géneros más populares, se ha realizado el análisis de la estructura narrativa de varios documentales y de su interfaz.

A continuación, se detallan la motivación del trabajo, los objetivos, y la metodología empleada.

1.1 Motivación

El proyecto surge a partir del deseo de realizar un trabajo de investigación sobre el vídeo interactivo para que el público se familiarice con esta nueva tecnología que, aunque esté en auge, aún no se encuentra extendida en la sociedad.

A raíz de las prácticas extracurriculares realizadas en la empresa Playfilm empecé a mostrar mayor interés por esta forma de creación de piezas audiovisuales. Playfilm trabaja con vídeos interactivos y ha desarrollado un software online que permite la creación de dichos vídeos. Mediante una interfaz sencilla y muy visual tenemos la oportunidad de, importando nuestros propios vídeos lineales, dotar de interacción a estas piezas.

Tras finalizar las prácticas mi interés por el tema aumentó y empecé a investigar más sobre este nuevo género audiovisual, y sobre la demostración de creatividad al dotar de interacción los vídeos.

Algunas fuentes que, como Somacomunicación (2018), confirman que el vídeo interactivo genera más atracción al público que aquellos que poseen una estructura lineal.

Este trabajo de final de grado se centra, en primer lugar, en definir y ayudar al lector a entender de manera eficaz de qué trata el interactivo. Una vez definido, el segundo paso consiste en explicar una selección de las diferentes herramientas que existen para su creación, tanto gratuitas como de pago.

Al igual que encontramos diversos géneros o campos para clasificar los vídeos pasivos o no interactivos, los que sí que lo son también se pueden catalogar según su formato. Por ello hablaremos de los géneros que han ido surgiendo con la aparición de esta nueva tecnología, centrándonos más adelante en el documental.

Para concluir realizaremos el análisis de la estructura narrativa de varios documentales: Montelab (2014) y Dyatlov Pass (2014)

1.2 Objetivos

El objetivo principal de este proyecto es delimitar la estructura multimedia y narrativa de varios documentales interactivos y definir el concepto de vídeo interactivo.

Como objetivos secundarios hemos planteado los siguientes:

- Definir el concepto vídeo interactivo desde los dos términos que componen la palabra: vídeo e interacción.
- Acercarse a la definición a partir de sus características y diferencias con el vídeo lineal.
- Encontrar una base de composición y temática de los vídeos interactivos diferenciados por géneros.
- Explicar los métodos y herramientas para generar vídeos interactivos.

1.3 Metodología

La metodología llevada a cabo para la creación de este trabajo de fin de grado ha sido la siguiente:

En primer lugar, la investigación del concepto. Para acercarnos más a la cuestión pertinente ha sido necesaria la lectura, así como un breve análisis, de artículos de

revistas especializadas en multimedia interactiva, trabajos tanto de fin de grado como de fin de master y páginas web especializadas en tecnología e informática.

En segundo lugar, con vistas al análisis de los documentales visualizados, se ha estructurado la información obtenida.

Por último, se ha llevado a cabo el propio análisis de la estructura narrativa de los documentales. La estructura de los documentales no posee un único camino (lineal), por lo que ha sido necesario la prueba de cada una de las soluciones y respuestas que permitía cada documental.

1.4 Estructura de la memoria

La primera parte del trabajo se centra en el vídeo interactivo. Se abordan las definiciones de vídeo digital e interactividad como dos conceptos autónomos, para más adelante explicar el formado por ambos: el vídeo interactivo.

Dentro de este apartado de marco teórico se trata el paso del vídeo lineal al vídeo interactivo y la comparación entre ambos términos.

Después de concretar ambos significados aportamos las diferentes formas de crearlos: tanto a través de la programación como mediante nuevas herramientas que han surgido en los últimos años para transformar el vídeo lineal en uno con interacción entre el vídeo y el espectador.

El modelo de guion de los interactivos es otro tema a reflejar, modelos en rama, línea, etc.

Tras aclarar lo anterior proseguiremos con el género de estos vídeos y qué ejemplos podemos encontrar sobre ellos.

Antes de entrar de lleno en la investigación se expone el concepto de documental y su término 2.0, el vídeo documental interactivo. Una vez conceptualizado empezaremos el análisis de varios documentales: Montelab y Dyatlov.

En el último apartado investigaremos sus estructuras narrativas y trataremos tanto sus interfaces, como su forma de desarrollo.

2. Marco teórico

A lo largo de los años, la comunicación ha experimentado un gran avance y, en la actualidad, se ha visto influenciado por las nuevas tecnologías. Como resultado se ha producido una modificación en nuestra forma de comunicarnos.

Hoy en día, la manera de comunicarnos y de transmitir los mensajes es muy diferente a cómo se hacía hace 50 años, y esto se debe, como hemos remarcado, a la aparición de tecnologías más modernas.

Así, siguiendo la tesis de El Barri (2010), añade que el hombre tiene arraigada la necesidad de comunicarse. Por este motivo, la historia de la humanidad es la historia de la creación de elementos y objetos que han facilitado una comunicación más efectiva.

Medios tecnológicos como el telégrafo, la televisión, internet, el teléfono o los ordenadores son medios con los que la sociedad ha mejorado sus comunicaciones a lo largo del tiempo.

Como sabemos, muchas de estas tecnologías han sido reemplazadas por otras más actuales. Todas ellas han variado nuestra manera de desarrollar actividades creativas, personales y profesionales (El Barri, 2010).

La mayoría de las innovaciones traen más ventajas que desventajas. Pero pese a que contemos con méritos y progresos indiscutibles, no hay que olvidar, al mismo tiempo, que es necesario que se ejerza un control para no caer en la dependencia de ciertos medios.

Todas estas nuevas creaciones son, en el campo del audiovisual, el producto de la fusión de tres áreas: la informática, el video y la comunicación.

Por una parte, la informática, ha desarrollado nuevos productos en los que todo está integrado. En la actualidad los dispositivos nos permiten conectarnos a internet, grabar a altas calidades o reproducir contenido multimedia.

Los cambios en el vídeo también se han hecho notar, y es que hemos podido observar tanto una mejora de la calidad de la imagen como un progreso en los equipamientos, por ejemplo, en el tamaño cada vez más reducido de los mismos.

La velocidad de información, la rapidez del desarrollo de las nuevas tecnologías o los cambios tecnológicos han hecho que estos procesos de comunicación fluctúen

a lo largo de los años. Y todos estos cambios han sido impulsados y acompañados por los cambios tecnológicos que la sociedad ha ido sufriendo.

Una de estas nuevas tecnologías es el vídeo interactivo. El vídeo interactivo nace de la fusión de la informática y del vídeo. Estos nuevos contenidos multimedia, por ejemplo, nos permiten elegir entre varias opciones, hacer la compra de un producto desde el mismo vídeo o añadir el correo para que te manden más información al respecto.

En el siguiente apartado analizaremos la tecnología que nos atañe en nuestra investigación: el vídeo interactivo.

2.1 Video Interactivo

El concepto de vídeo interactivo empezó a ver la luz a principios de los años 80. Por aquel entonces ya encontramos manuales y artículos sobre tecnología que hablan de la fusión de dos plataformas tremendamente potentes, el vídeo y la informática. Aunque en los primeros años no fueron más que teorías y pruebas, asentaron las bases de lo que es hoy en día.

La interactividad en los vídeos se ha enfocado desde muchos puntos de vista, así como también se han desarrollado aplicaciones para sus diferentes campos. Podemos encontrarnos aplicaciones para la creación de interactivos que van desde la educación al entretenimiento.

Parafraseando a Hammoud (2006), hasta ahora la mayoría de los vídeos se han visto principalmente de manera pasiva. Por esto entendemos que la interacción del usuario ha sido bastante limitada.

Las acciones más comunes que nos permite un reproductor es reproducir, pausar, parar, avanzar y retroceder, retroceder de manera rápida o reproducirlo a cámara lenta. Estas escasas opciones hacen que se nos presente la historia de manera lineal, es decir, la única manera que tenemos de descubrirla es seguir la narración.

Hammoud entiende el vídeo interactivo como una forma poco común de documento de vídeo en el que se acepta y responde a las acciones del espectador, con respecto al vídeo, más allá de las opciones de reproducir y pausar.

El vídeo interactivo acoge multitud de sistemas, y no todos con el mismo grado de complejidad. Aunque de primeras tratar de abordar su estudio resulta complicado debido a que no existe una definición generalmente aceptada, sí que podemos intentar acercarnos al concepto tomando como referencia diversos autores.

Salinas (2009) se refiere al vídeo interactivo como la conjunción de las posibilidades que ofrecen la tecnología del vídeo y la tecnología informática. Nos habla del concepto como la fusión de estos dos medios “combinando el poder de evocación de la imagen con la capacidad de diálogo (interactividad) de los medios informáticos” (Salinas, 2009).

Otra de las definiciones nos la da Hammoud (2006), al añadir que un video interactivo es un video producido mediante técnicas tradicionales al que se le ha enriquecido su contenido mediante la agregación de datos.

Aunque se trata de una definición bastante amplia, podemos ya establecer, para empezar, algunos aspectos importantes.

Por una parte, el vídeo interactivo surge de la combinación del vídeo y la informática. La informática está ligada desde su inicio a la interactividad y, por otra parte, la capacidad de agregarle datos a este vídeo será el punto clave para la creación del interactivo.

“Los datos que agregamos a un video normal para hacerlo interactivo pueden ser visibles o transparentes para el usuario. Por ejemplo, los elementos visibles podrían ser el acceso a documentos en distintos formatos (HTML/HTML5, PDF, PPT, DOC), secuencia de imágenes, audio (música, voz humana o artificial), animaciones y simulaciones (SWF)” (Sabater, 2003).

Desde esta base, dos son los conceptos que necesitamos conocer más de cerca para entender esta nueva tecnología. Por un lado, el vídeo digital y por otro la interactividad.

2.1.1 Video digital

Recapitulando lo comentado en el anterior apartado, el vídeo interactivo está formado por un vídeo digital al cuál se le dota de una serie de elementos o datos, como puede ser un hiperenlace¹ a una página web. Estos son los que conceden la interactividad al vídeo. Pero, ¿a qué nos referimos cuándo hablamos de vídeo digital?

¿Cuándo un vídeo pasa a estar en este tipo de formato?

A continuación, vamos a explicar las cuestiones planteadas. También describiremos sus características, al igual que sus diferencias y ventajas respecto al vídeo analógico.

Por ejemplo, cuando escaneamos una foto la pasamos de un formato analógico a un formato digital. Si grabamos nuestra voz con el micrófono del ordenador estamos transformando nuestra voz a digital.

El blog fotonost² (s.f.) declara en uno de sus artículos que, una cámara convierte la imagen real captada en un lenguaje binario de 1 y 0. Esta información en sistema de bits hace que se pueda almacenar en discos duros o en soportes digitales. El formato digital así, está formado por este sistema de bits, y el vídeo que exportemos a un ordenador o encontremos en internet es, por lo tanto, un vídeo digital.

A raíz de toda esta información, y así como afirma Cutanda (2003), todo lo que trabajemos en el ordenador es digital.

El vídeo digital no es más que la transformación de un vídeo analógico mediante un proceso de digitalización. Según advierte Bartolomé (2003), la digitalización es el proceso que convierte una información analógica, y por tanto continua, en una información digital.

¹ Elemento de un documento electrónico que hace alusión a otro documento diferente, a una parte específica del mismo documento o a otro recurso.

² El blog se encuentra en <https://www.fotonost.com/digital/digitalvid.htm>



Figura 1.- Vídeo digital. Fuente: dobleclic.com

Pese a que son de 2005, y las características del vídeo digital hayan seguido desarrollándose, el blog [digitalfotored.com](http://www.digitalfotored.com)³ (2005) nos sirve de referencia para marcar las ventajas y diferencias entre el vídeo digital y el analógico:

- En primer lugar, la calidad de la imagen en los sistemas de vídeo digital es siempre la misma, durante el proceso de digitalización es en el único momento en el que se va a ver afectada. Por el contrario, en los sistemas de vídeo analógico depende de diferentes factores, ya sea la calidad de la cinta del vídeo, del reproductor, etc.
- En el momento de realizar copias, el sistema de vídeo digital no presenta ninguna pérdida de calidad, podemos así realizar tantas copias como queramos. Por su parte, en el sistema analógico, la calidad depende del número de copias y grabaciones, con muchos más factores externos.
- Por último, los colores de la edición de vídeo analógico se encuentran limitados a la hora de reproducir una imagen en el contraste y el brillo.

En la actualidad, el uso de cámaras digitales nos permite ahorrarnos el paso de digitalizar el material analógico.

Entendemos, con todo lo recapitulado en este apartado, que cualquier sistema analógico que pase un proceso de digitalización se transforma en un sistema digital.

³ El blog se encuentra en <http://www.digitalfotored.com/videodigital/diferenciasdigitalanalogico.htm>

En este caso el vídeo digital es el resultado de la transformación de la imagen real captada por una cámara al lenguaje binario de 1 y 0.

El vídeo que hayamos exportado al ordenador o encontremos en la red es un vídeo digital. Una vez tenemos el vídeo digital tendremos que pasar a darle interactividad, pero, ¿qué entendemos por interactividad?

2.1.2 Interactividad

Cada vez es mayor el uso de del término interactividad para dar un valor de actualidad e innovación, pero pese al gran uso de este concepto, encontramos escasas definiciones de él.

Y tanto es así que encontramos pocos documentos de consulta general que hagan referencia a dicho término. Estebanell (2002) nos cuenta que su “interpretación más generalizada mantiene una estrecha relación con aspectos técnicos del campo de la tecnología, en concreto con el campo de la informática”.

Tal y como hemos citado anteriormente, nos topamos con pocos autores que definan el concepto. Así puestos, vamos a proceder a mostrar algunas de las definiciones que hemos recopilado.

Uno de los autores que ha trabajado con el término interactividad es Lamarca (2018), que nos habla de que el término interactividad, hoy en día, cuenta con dos sentidos diferentes. Por un lado, como un sinónimo de participación en una relación comunicativa establecida entre las personas; refiriéndose principalmente a cuando dialogamos o conversamos con otro individuo. Por el otro a la relación que se establece entre los seres humanos y las máquinas, o, dicho de otra manera, el método por el cual un usuario se comunica con un ordenador.

Cuando trabajamos con un vídeo interactivo, la comunicación se está estableciendo entre una persona y una máquina, así que nos vamos a quedar con esta última acepción, la relación entre usuario-máquina.

Por otra parte, Danvers (1994) habla de la interactividad relacionándola con esta última definición de la relación entre usuario y máquina. El autor la define como la relación de comunicación entre un usuario o actor y un sistema, tanto informático como de vídeo. También añade que “el nivel de interactividad mide las posibilidades y el grado de libertad del usuario dentro del sistema, así como la capacidad de

respuesta de este sistema en relación al usuario, en cualidad y en cantidad” (Danvers, 1994).

Tal y como nos cuenta Estebanell (2002) “con la posibilidad de que el usuario intervenga o modifique la secuencia de desarrollo de una determinada emisión audiovisual se ha experimentado un cambio en el rol que se otorgaba a los usuarios de productos tecnológicos”.

Por lo tanto, de ser meros espectadores, cuya única posibilidad de interacción respecto al vídeo era la de reproducir y pausarlo, se ha pasado a requerir de la intervención del usuario.

De esta manera vemos un paso de una emisión unidireccional a un proceso bidireccional entre usuario y máquina, en la que se nos implica en una experiencia con mayor posibilidad de intervención.

El grado de interactividad nos lo dan los diferentes recursos que permitan al usuario establecer una actuación participativa-comunicativa. Con un elevado nivel de participación, junto con la existencia de numerosas opciones de acceso a la información y la rapidez con la que el espectador realiza los procesos, crea un alto nivel de interactividad en el vídeo.

“Dependiendo de las finalidades para las que hayan sido desarrollados los materiales, y en relación con el tipo de recursos tecnológicos y de programación informática que se hayan empleado en su implementación, la interactividad que posibilite el producto podrá pasar de ser casi inexistente a permitir un elevado nivel de participación del usuario” (Estebanell, 2002).

De este modo, un vídeo en el que el actor actúe como mero espectador, cuya única posibilidad de comunicación sea pausar y reanudar, contendrá un nivel de interactividad muy bajo. En cambio, aquel en el que el usuario, con su actuación, “esté modificando el valor de las variables que intervienen en un determinado fenómeno y pueda ver como el programa se ajusta a los valores asignados, visualizando el resultado mediante la ejecución del proceso” (Estebanell, 2002) supondrá un elevado nivel de interactividad.

Tras lo expuesto anteriormente, entendemos el concepto de interactividad como una comunicación bidireccional, tanto por parte de dos personas, como por parte de una persona y una máquina, siempre que suceda dicha comunicación a través de un medio tecnológico. Un diálogo bidireccional, en el caso del vídeo interactivo, entre el actor y el vídeo.

2.2 Nueva definición

Después de haber revisado ambas definiciones vamos a proceder a redefinir el concepto y así esclarecer todo lo explicado en los anteriores apartados.

El vídeo interactivo acepta y responde a las acciones que nosotros indicamos, con respecto al vídeo, más allá de las clásicas pausar y seguir viendo. El interactivo surge de la fusión del vídeo y la informática y combina las principales características de ambos, el poder de evocación que surge de la imagen y la capacidad de diálogo que nos proporciona la informática. Esta capacidad de diálogo es la interactividad.

Así también sabemos que el vídeo interactivo es un vídeo al que se le han añadido unos datos. Estos datos pueden ser una descarga directa de un PDF, un enlace a otra página web o la capacidad de seleccionar el camino que queremos seguir.

El grado de interactividad del vídeo se puede medir según los distintos recursos que permita la interactividad. Con un elevado nivel de participación, junto con la existencia de numerosas opciones de acceso a la información y la rapidez por la que el espectador realiza los procesos, crea un alto nivel de interactividad en el vídeo.

De este modo, un vídeo en el que el usuario actúe como mero espectador, cuya única posibilidad de comunicación sea pausar y reanudar, contendrá un nivel de interactividad muy bajo.

Por el contrario, aquel en el que el usuario, con su actuación, modifique el valor de las variables que intervienen en el vídeo y pueda ver cómo el programa se ajusta a los nuevos valores asignados, supondrá un alto nivel de interactividad.

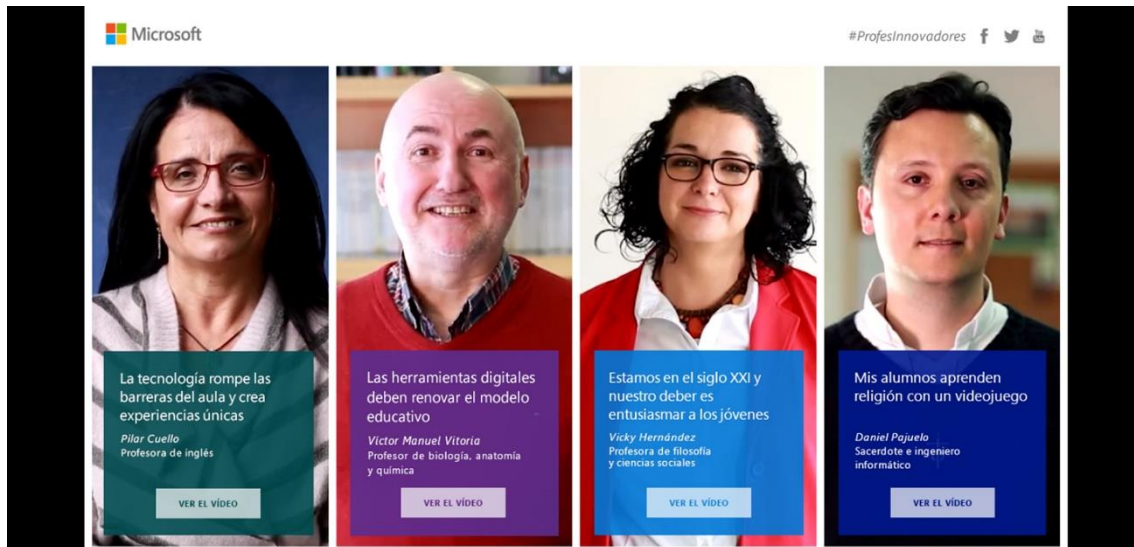


Figura 2.- Fotograma de Profesores innovadores. Fuente: Propia

Los libros de “elegir nuestro propio camino” son un claro ejemplo de lo que sucede en el vídeo. En estos libros, el lector tiene la posibilidad en un momento dado de elegir varios caminos a seguir. Así, si escogemos la opción A tendremos que seguir leyendo en una página, por el contrario, si escogemos la opción B nos mandará a una página diferente.

Elige tu propia aventura, la serie de libros juveniles conocidos como libro-juegos, son un claro ejemplo de lo explicado.

El vídeo interactivo, a grandes rasgos, se trata de un tipo de vídeo en el que nosotros como espectadores nos convertimos en sujetos activos, ya que con nuestras decisiones elegimos el camino que va a seguir. Los usuarios tenemos la posibilidad, según la opción que escojamos, de ampliar una información, cambiar de una animación a otra o girar el vídeo 360°.

Para ello a la hora de crearlo se añaden varias capas transparentes como elementos multimedia, otros comunicacionales como encuestas o formularios y otros interactivos como los botones. (ver fig. 3)

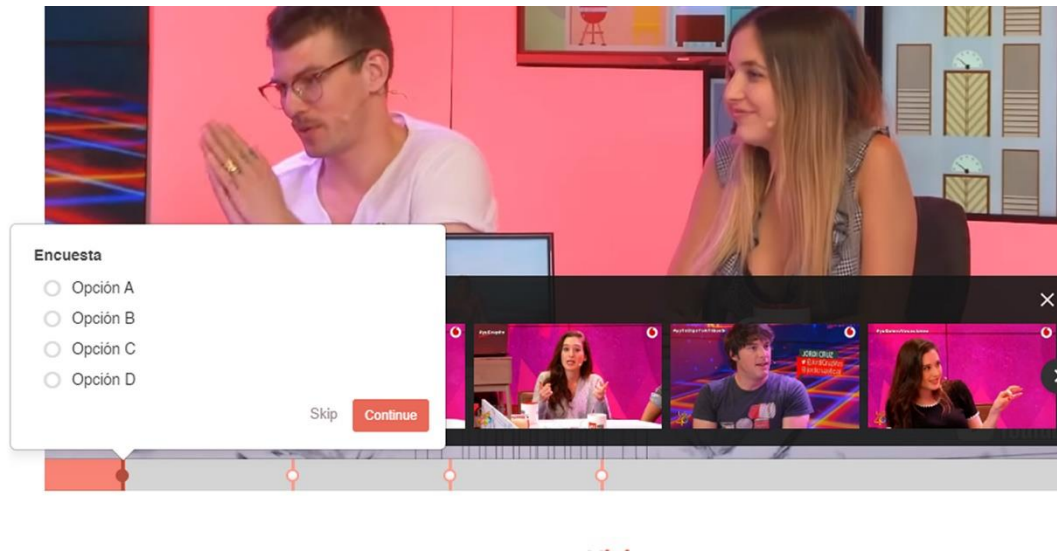


Figura 3.- Encuesta interactiva. Fuente: Propia

De esta manera podemos hacer vídeo tutoriales, vídeos con un formato de videojuego (vídeos gamificados) o historias con diferentes finales alternativos.

Como veremos en los próximos apartados, tenemos muchas más opciones como comprar un producto desde el propio vídeo, suscribirse mediante correo electrónico a un periódico o visionar el tráiler de una película en modo de juego

2.3 Del vídeo lineal al vídeo interactivo

En 2018, Somacomunicación establece que el vídeo es uno de los formatos más consumidos en Internet gracias al incremento de las velocidades de navegación y al desarrollo de nuevos y mejorados smartphones. Pese a estas características, no todos los vídeos generan la misma atracción en el cliente o espectador, y esto se debe a la aparición del vídeo interactivo.

¿Por qué no generan la misma atracción? El motivo principal es que en el vídeo pasivo o lineal el espectador no interactúa ni forma parte de manera activa en la historia, mientras que la experiencia del vídeo interactivo es mucho más emocionante y forma parte de la historia.

Somacomunicación (2018) cita las palabras de la plataforma de creación de vídeos interactivos Playfilm. Para la empresa, “el engagement que se genera se eleva al 68%, mientras que con un formato lineal se traduce en un 22%” y continúa diciendo

que “en general, el valor principal del vídeo interactivo es que mejora las ratios de conversión y la experiencia del usuario al permitirle tomar decisiones que afectan a la historia”.

Por consiguiente, ya encontramos un estudio que muestra que la atracción que generan los vídeos interactivos es mucho mayor que la que procede de aquellos vídeos con un formato lineal.

A continuación, vamos a proceder a enumerar las principales diferencias entre el vídeo interactivo y el lineal

Primero empezaremos explicando el vídeo interactivo, dentro del ámbito de la web, entrando en las características que lo diferencian con el lineal:

- El usuario es el protagonista, se hace partícipe de la historia mediante sus clics.
- El vídeo interactivo permite realizar una compra de un producto o servicio desde el propio vídeo, no tiene la necesidad de acceder a una página externa para llevar a cabo la compra.
- Contiene metadatos que ayudan al posicionamiento de la página en la que está embebido, no un calar de terceros como Vimeo o YouTube.
- Tenemos la posibilidad de realizar cambios en el vídeo, reemplazarlos o introducir nuevas imágenes sin tener que exportarlo de nuevo y perder las visitas ya conseguidas.
- Las funcionalidades o el diseño del reproductor son completamente personalizables, así pues, puedes adaptarlos a la necesidades e imagen de nuestra marca o nuestra producción.
- Contamos además con métricas avanzadas que permiten saber más de nuestra audiencia observamos sus clics.

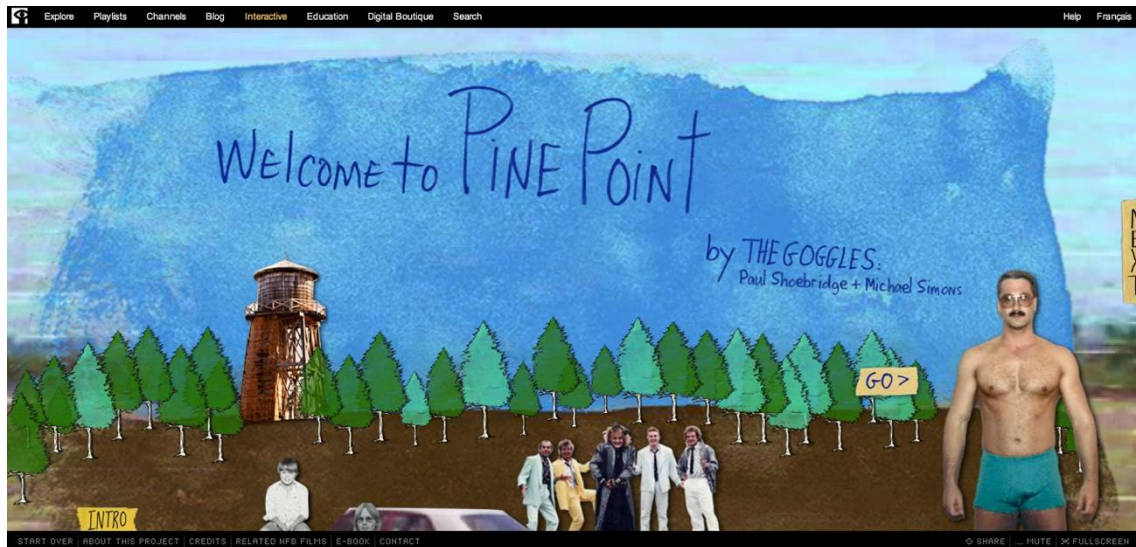


Figura 4.- Fotograma de Welcome to Pine Point. Fuente: Propia

Por otro lado, el vídeo lineal o pasivo, que encontramos en cualquier página web, cuenta con las siguientes diferencias:

- El espectador es pasivo, no forma parte de la historia.
- El vídeo lineal lleva el tráfico a una web de terceros y, aunque esté embebido dentro de nuestra web, los datos se registran en el canal de Vimeo o YouTube.
- A la hora de realizar un cambio o ajuste tendremos que exportar el vídeo de nuevo y publicar un nuevo contenido, perdemos las visitas y las métricas conseguidas.
- En la mayoría de los casos aparecerán vídeos de terceros.
- El *player* que aparecerá, será el predeterminado por la web en la que subamos nuestro vídeo, no podremos personalizarlo con el color e imagen de nuestra marca.

De esta manera, la evolución hacia lo interactivo, para el usuario, posibilita la opción de no tener que salir del vídeo para contratar un servicio o comprar un producto, también poder obtener información acerca del producto integradas en el vídeo y tomar decisiones que varíen el rumbo de la historia, ya que se pueden crear múltiples líneas narrativas con diferentes desenlaces.

Asimismo, permite a las empresas obtener más información sobre los clientes, no perder visitas a la hora de modificar el vídeo y poder integrarlo en tu web sin necesidad de plataformas externas.

Somacomunicación (2018) añade que “para las marcas, este formato les ayuda a captar datos sobre la audiencia, desde cómo interactúa, hasta dónde muestra más interés. También puede conseguir datos personalizados a través de formularios totalmente integrados y cuenta con la posibilidad de gamificar vídeos, creando retos y rankings que fomenten la repetición de la experiencia y aumentan el tiempo de permanencia en el vídeo.”

En conclusión, la atracción generada por el espectador es mayor en el caso de los interactivos gracias a que el usuario está inmerso en la historia. Nos ahorra mucho más tiempo gracias a la posibilidad de poder realizar acciones de compra o visionar otras animaciones sin salir del vídeo y nos permite conocer mejor a la audiencia que lo visita viendo las diferentes métricas que genera.

También cabe destacar que no todo el mundo está interesado en esta nueva forma de creación de audiovisuales. El interactivo necesita de una formación previa a la hora de llevar a cabo el desarrollo de los vídeos. Para la creación de vídeos interactivos es necesario una formación, o bien en programación, o bien en el uso de los softwares online para su elaboración.

Así, las interfaces de los interactivos pueden resultar complicadas si el usuario no tiene cierto conocimiento de informática, así como el tiempo necesario para su completa visualización es mayor que en el caso de los vídeos lineales. Estos motivos son los que dificultan la implantación del vídeo interactivo en nuestra sociedad.

3. Creación de vídeos interactivos

Como ya hemos descrito, el vídeo interactivo es un tipo de vídeo en el que nosotros como espectadores nos convertimos en sujetos activos, ya que con nuestras decisiones elegimos el camino que va a seguir.

Dos son los principales modos con los que contamos para poder crear dichos videos. Por una parte, mediante la programación, se pueden crear infinidad de creatividades multimedia a medida.

Otra opción, más económica y al alcance de cualquier usuario, es la utilización de softwares especializados en la creación de interactivos. Navegando por internet podemos encontrarlos tanto de pago como gratuitos. En los próximos apartados vamos a desarrollar cada una de las opciones que tenemos para la creación de interactivos.

3.1 Programación

Los vídeos interactivos, como hemos desarrollado en los anteriores apartados, están estrechamente relacionados con el mundo de la tecnología, concretamente con el mundo de la informática.

Aunque existen plataformas y herramientas que nos permiten crear nuestros propios interactivos de manera sencilla y rápida, lo cierto es que estos programas solo aplican ciertos tipos de lenguajes informáticos.

Así, la creación de vídeos interactivos se puede realizar a través de lenguajes de programación como ActionScript⁴.

La opción de producir un vídeo interactivo con nuestro equipo de desarrollo y programando manualmente nos permite elaborar proyectos totalmente hechos a nuestra medida. Esta es la principal ventaja de programar nuestro interactivo, pero tenemos que tener en cuenta su elevado precio.

A la hora desarrollar un vídeo interactivo mediante programación los costes son más elevados debido a la complejidad de esta tarea y la necesaria contratación de diferentes especialistas en la materia como desarrolladores y diseñadores.

La inversión implica unos costes de producción mucho más elevados, así como limitar la innovación a lo que tecnológicamente puede desarrollar una agencia o productora por su cuenta (Marketingdirecto, 2016).

⁴ Es el lenguaje de programación de la plataforma Adobe Flash. Dicha programación permite más eficiencia en las aplicaciones de la plataforma Flash para construir animaciones de todo tipo, desde simples a complejas, ricas en datos e interfaces interactivas

3.2 Herramientas

Existen numerosas herramientas para la elaboración de vídeos interactivos. Tras una búsqueda rápida en cualquiera de los motores de búsqueda más conocidos, encontramos que hay una gran cantidad de softwares online, tanto de pago como gratuitos, para una elaboración más sencilla o más elaborada del interactivo.

Generalmente, el funcionamiento de estas herramientas parte de la inserción de un vídeo lineal a la plataforma en cuestión, tanto subido desde nuestro ordenador como ya integrados en la red. Una vez tenemos el vídeo o vídeos con los que vamos a trabajar pasamos a la parte importante, dotarlos de interacción. Las pestañas, iconos e imágenes que aparecen con interacción en los vídeos se conocen como botones. (ver fig. 5)

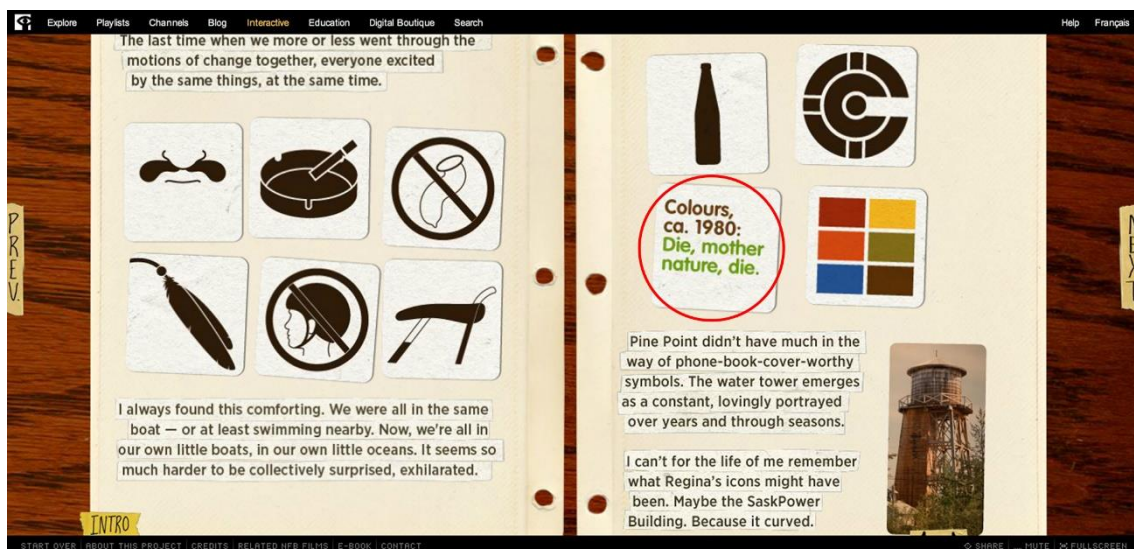


Figura 5.- Botones en el vídeo interactivo. Fuente: Propia

A continuación, vamos a enumerar varios de estos programas, uno de pago y otro gratuito:

3.2.1 Vizia

Empezaremos con la herramienta gratuita Vizia. Vizia tiene integrada diversas herramientas para la creación de vídeos interactivos de manera gratuita. Puedes agregar cuestionarios, encuestas, opción múltiple y cuestionarios con respuestas

cortas. Puede integrarse fácilmente en el LMS⁵, plataformas de Blog⁶, e-commerce⁷ y otras (Hernández, 2017).

Registrado el usuario en la plataforma pasamos a la creación del interactivo. Vizia solo nos permite dotar de interactividad aquellos vídeos que ya se encuentran en la red. Una vez introducida la URL⁸ en cuestión, donde se encuentra alojado nuestro vídeo, podemos empezar a añadir los botones que queramos.

Son cuatro las interactividades que Vizia nos permite añadir a nuestro interactivo:

En primer lugar, tenemos el *quiz*, un botón que nos permite añadir una pregunta y cuatro respuestas a ella, así como seleccionar cuál de nuestras respuestas es la correcta. Vizia también nos permite añadir un *poll* o cuestionario, de esta manera podremos saber, por ejemplo, la opinión de los usuarios que visionarán el interactivo. Otra de las opciones de interacción que podemos añadir es el *response*, esta opción permite que los usuarios dejen su opinión, comentario, contestación, etc. de manera escrita. El último botón es otro de los clásicos en los vídeos interactivos, el *call-to-action*, que no es más que un hipervínculo a otro enlace.

Una vez añadidas todas las interacciones tenemos la posibilidad de darle título a nuestra creación, así como de incrustar el vídeo dentro de nuestra web o blog. Vizia, además, genera un *iframe*⁹ que podemos añadir al lenguaje HTML¹⁰ de nuestro sitio web para poder visionarlo. Sumando características que nos trae el programa, también tenemos un *link* rápido de visionado para compartir nuestro audiovisual interactivo en redes o poder pasarlo a través del correo.

El caso de los vídeo interactivos en redes aún está en proceso de desarrollo, hay plataformas como Instagram¹¹ que nos permiten añadirles encuestas o diferentes botones de interacción, tanto a los vídeos como a las imágenes.

⁵ LMS son las siglas de Learning Management System (Sistema de Gestión de Aprendizaje).

⁶ Página web, generalmente de carácter personal, con una estructura cronológica que se actualiza regularmente y que se suele dedicar a tratar un tema concreto

⁷ Un sistema de compra y venta de productos y servicios que utiliza Internet como medio principal de intercambio.

⁸ URL son las siglas de Uniform Resource Localizator. Dirección específica que se le asigna a cada página web.

⁹ Un *iframe* es un documento de una web que se inserta en otra página web.

¹⁰ HTML son las siglas *HyperText Markup Language* (lenguaje de marcas de hipertexto).

¹¹ Red social de fotografía.

Vizia nos proporciona todos los resultados de cada visitante mediante dos opciones; mediante un archivo .csv¹² que podemos abrir desde cualquier programa de hoja de cálculos o vinculándolo a Google Sheets¹³.

Otro de los aportes es poder solicitar al acabar el vídeo el correo y nombre del usuario.

Como podemos observar en la figura 6. cuenta con una interfaz muy intuitiva y limpia visualmente. Nos permite generar vídeos interactivos simples pero que pueden proporcionar al creador mucha información. No nos permite jugar con la narrativa del visionado, pero sí nos aporta una información muy detallada y las reacciones del espectador.

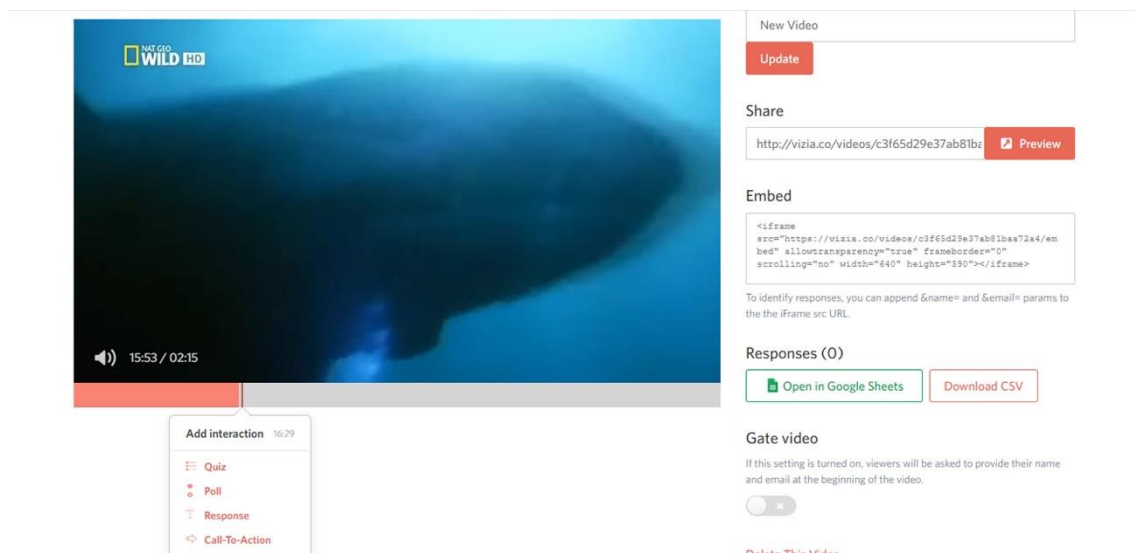


Figura 6.- Interfaz de Vizia. Fuente: Propia

3.2.2 Playfilm

El siguiente programa que vamos a describir es Playfilm, un software profesional de vídeos interactivos con el que se pueden añadir todo tipo de elementos interactivos de una forma muy sencilla para no realizar una inversión demasiado elevada en programadores.

¹² Tipo de archivo que puede crear o editar en cualquier programa de hoja de cálculo como Excel. Los archivos CSV almacenan los datos en forma de columnas y separados por comas.

¹³ Software online de hojas de cálculo de Google

Playfilm cuenta con un software de creación bastante intuitivo y completo que permite al que lo utiliza la posibilidad de crear interactivos muy variados y profesionales. Aunque está más enfocado al mundo empresarial, lo cierto es que Playfilm es perfecto para cualquier tipo de público y creación, ya sea un corto, un tráiler, un tutorial, etc. (ver fig. 7)

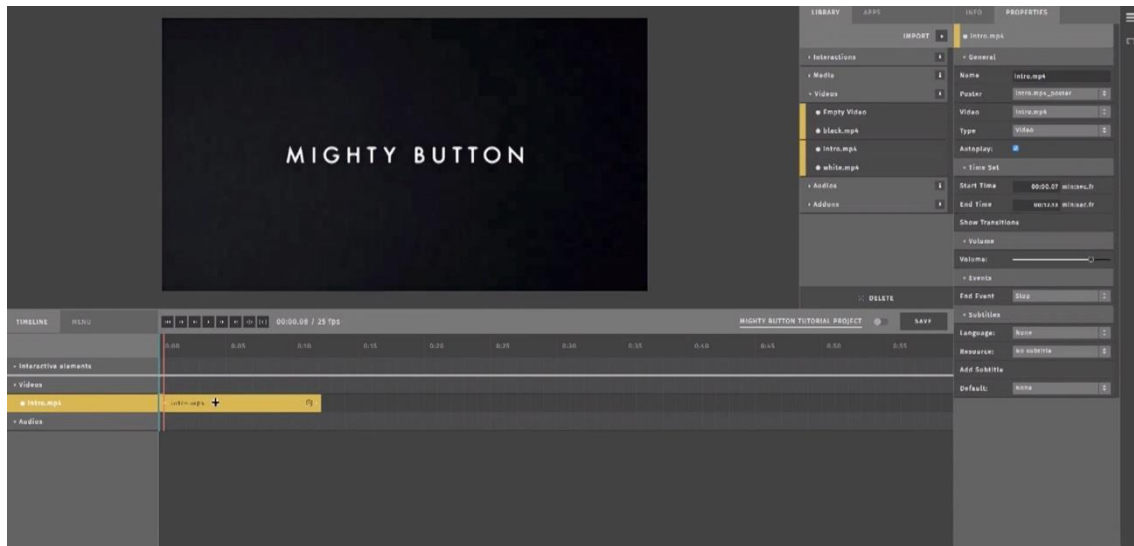


Figura 7.- Interfaz Playfilm. Fuente: Playfilm

Se trata de una herramienta bastante sencilla en la que tenemos que importar nuestro vídeo a la plataforma, arrastrar las acciones interactivas y configurar una serie de parámetros que nos proporcionaran el efecto deseado.

Tal y como nos muestra WWWhatsnew (2016), Playfilm ofrece múltiples posibilidades interactivas y a su vez automatiza el proceso. Este software está alojado en la nube por lo que no hay que instalar ningún archivo en el ordenador y se puede usar desde cualquier lugar con acceso a internet.

Esta herramienta nos ofrece una gran variedad de formatos de vídeos interactivos:

- El **video choice**, permite crear varios puntos de decisión para cambiar la historia del vídeo y romper su linealidad.
- El **video commerce** convierte nuestro interactivo en una tienda online
- El **video catcher** convierte un anuncio en un juego participativo.
- El **video learning** que es la evolución de los vídeos tutoriales.

-Y, por último, el **vídeo 360°** que nos permite girar la cámara 360° mientras visualizamos.

En primer lugar, tenemos que importar todos los recursos, tanto los vídeos como las imágenes que vamos a utilizar tanto como portadas como para los botones. Una vez importados todos los elementos, pasamos a la edición del interactivo. En este momento iríamos montamos los diferentes botones que vamos a utilizar, el tipo de interactivo que queremos crear y las configuraciones respectivas.

Terminada la edición pasamos a cambiar la apariencia del reproductor: el botón de *play*, la barra de visualización y la precarga. Mediante estas características conseguiremos poder diferenciar nuestro vídeo de cuando estamos en Vimeo o youtube.

La última parte será publicar el interactivo, así como configurar las métricas. Los vídeos interactivos, a diferencia de los lineales, permiten saber los resultados, visitas e interacciones de los usuarios que han visionado nuestro interactivo.

Playfilm también cuenta con la posibilidad de acceder a un enlace de prepublicación, para enviarlo a clientes o compañeros de trabajo. Una vez publicado el vídeo nos crea el código necesario para poder insertarlo más tarde en nuestra web o blog.

Así, el vídeo interactivo siempre cuenta con la posibilidad de modificar nuestro proyecto sin tener que crearlo de cero.

Aunque podemos acceder a una cuenta gratuita, con características muy limitadas, Playfilm cuenta con diversos paquetes donde podemos acceder o bien a interactivos ya creados en los que solo tenemos que modificar los textos y vídeos de fondo, o un plan de precio más elevado una plataforma de edición mucho más completa.

4. Narrativa de los vídeos interactivos

La *youtuber*¹⁴ Ortega (2012) en su vídeo *¿qué es la interactividad?*, explica la importancia de los programas y las aplicaciones y, sobre todo, el diseño que se presenta al usuario, este diseño es la interfaz.

Lamarca (2018) define la interfaz de usuario como la cara visible de los programas que nos permite interactuar con ellos y con la información en ellos contenida. Añade que se tendrá especial cuidado en la disposición y organización de los elementos dentro de la pantalla, combinando la información, los elementos de interacción y la información interactiva. La eficacia de la interfaz radica en su capacidad para implicar al usuario y, por tanto, favorecer la interactividad.

Podemos equiparar los programas a los vídeos interactivos, del mismo modo, entendemos que la interfaz de los interactivos es todo aquello con funcionalidad que va a aparecer en pantalla.

El objetivo del guionista de interactivos no es la creación de una obra única y cerrada sino la creación de un entorno y un contexto. En este entorno se dan las informaciones de contenido tanto educativo, documental, lúdico, etc. además de contener una representación conceptual y gráfica que aproxima y acoge al espectador a la experiencia interactiva. Estebanell (2002) denomina metáfora a esta última acepción, lo que se traduce en la conceptualización del diseño, una interfaz y los objetivos para llegar a ella.

El ordenador Macintosh¹⁵, aunque no fue el primero en usarlo, sí que fue quien popularizó esta conceptualización de la interfaz. Así la comunicación con el ordenador se hizo con una interfaz gráfica. Esta idea consistió en un escritorio en el que el actor manejaba documentos, carpetas donde introducirlos y una papelera donde reciclar aquellos que no se iban a usar. Gracias a su diseño, junto con una buena calidad gráfica, marcó en informática personal lo que el resto de sistemas operativos acabaría adoptando.

En la ideación de la interfaz, la libertad es la misma que en cualquier otro campo del diseño: hay espacio para la imaginación, pero también es útil seguir algunas recomendaciones. Entre ellas, tener en cuenta la comprensión de la audiencia sobre

¹⁴ Persona que sube de continuo vídeos a la plataforma YouTube.

¹⁵ El Macintosh 128K fue la primera computadora personal que utilizó una interfaz gráfica en lugar de la línea de comandos.

el manejo de ordenadores, investigar los significados posibles del concepto representado, escoger diseños adecuados a la audiencia o escogerlos con la estructura más rica posible.

Una interfaz conceptual y gráficamente pobre, devalúa el programa, por ello es necesario hacer atractiva la navegación con suficientes recursos audiovisuales.

Otro de los factores a tener en cuenta es que a mayor calidad de la interacción más potente tiene que ser la interfaz. No hay que caer en el exceso de simbología, esto es algo que el autor menciona como una regla de oro, ya que el resultado es una pérdida absoluta del interés del espectador.

A la hora de utilizar cualquier programa podemos toparnos con este problema, y es que, si nos encontramos con una ventana llena de recursos, se traduce en una dificultad y sobrecarga de contenidos que hace perder el interés. En el diseño de interfaces la simplicidad favorece la comprensión y la navegación de los usuarios.

La interfaz principal, que corresponde al espacio global de navegación, tiene que componerse a su vez de otras para definir los subespacios.

Las diferentes opciones de interactividad, como abrir una página web desde un vídeo, las hemos visto en apartados anteriores. Así pues, y como nos explica Berenguer (1997) “todos estos sucesos y los contenidos a los que se asocian, se han de organizar y estructurar en forma de árbol, a la manera de los diagramas de flujo de la informática”. Existen diferentes posibilidades de relacionar las diferentes pantallas o sucesos, por lo tanto, existen diferentes y muy variadas estructuras.

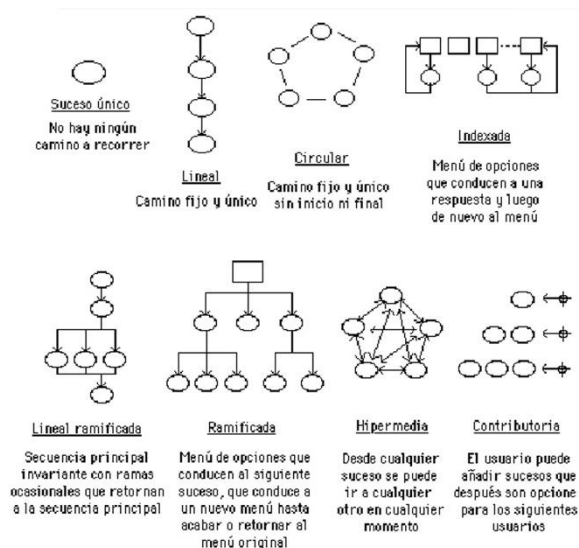


Figura 8.- Algunas pautas de interacción. Fuente: Xavier Berenguer

Estas estructuras corresponden con el guion narrativo o la narrativa del interactivo.

Mestre (2018) define las narrativas como “aquellos tipos de historias, dando igual su clasificación, género o plataforma, que necesitan de la respuesta directa de un espectador o usuario para ser consumidas” sin importar la manera, ya sea a través de ventanas emergentes, clics o scroll¹⁶.

Por tanto, siguiendo una serie de arquetipos narrativos, es posible involucrar al usuario y permitir que la ficción gire en entorno a él, personalizando la experiencia para cada uno. (Mestre 2018)

La estructura narrativa de un vídeo interactivo está estrechamente relacionada con la creación del mismo. Esta estructura no es más que un guion visual para poder ver cómo está compuesto el interactivo.

Pero, ¿qué arquetipos podemos aplicar al diseño de nuestros interactivos?

Mestre (2018) clasifica y define siete diferentes tipos de estructuras, con sus respectivos beneficios y desventajas.

Narrativa lineal:



Figura 9.- Narrativa lineal. Fuente: Juanjo Mestre

¹⁶ Término inglés que se utiliza para hablar del desplazamiento vertical para ver el contenido que se muestra, por ejemplo, en la ventana de un navegador.

Es la más simple, el creador del interactivo controla el recorrido de la historia, así todos los usuarios experimentan el mismo principio, nudo y final. Su principal ventaja es que la manejabilidad del vídeo aumenta, pero su principal fallo es que no genera una experiencia personalizada ya que no permite que el usuario se maneje cómo y por dónde quiera.

La narrativa ramificada:

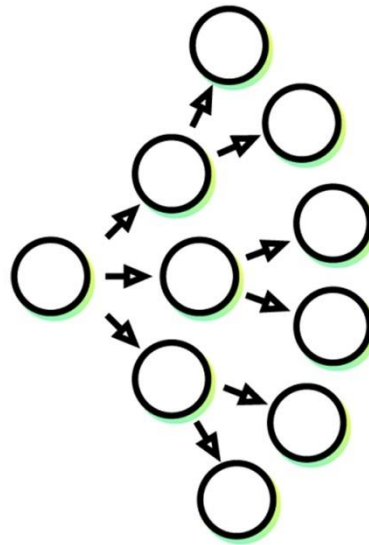


Figura 10.- Narrativa ramificada. Fuente: Juanjo Mestre

Este segundo arquetipo es exponencial, eso quiere decir que según se abra más en abanico mayor será el contenido. El usuario parte de un inicio común, pero según vamos avanzando en la historia las opciones se van desviando hasta llegar a finales completamente diferentes, así, la sensación de control es completa. Por esta razón, como ventaja principal tenemos la posibilidad del usuario de elegir su historia y su final. Como contra tenemos que es el más difícil de manejar debido a que el diseñador se pierde el control del usuario y de la historia debido a que no controla el camino que va a seguir la persona que visualice el interactivo.

Narrativa de espina de pescado:

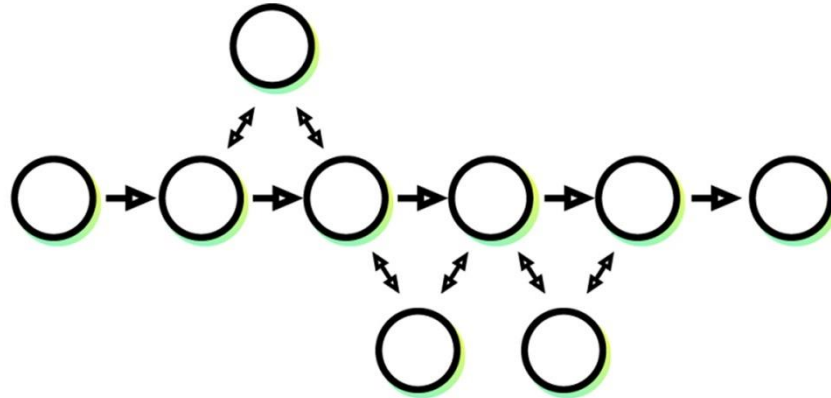


Figura 11.- Narrativa espina de pescado. Fuente: Juanjo Mestre

Esta narrativa permite desviarse de la trama principal y explorar pequeñas subtramas, pero siempre devolviéndoles al hilo principal. Su principal ventaja es que el director tiene mayor control, así como el usuario no pierde el foco del argumento principal. El principal fallo de este estilo es que se pierde un poco la dinámica de gamificación.

Narrativa dinámica:

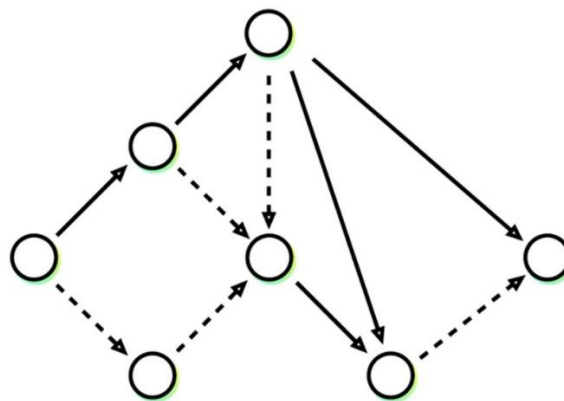


Figura 12.- Narrativa dinámica. Fuente: Juanjo Mestre

Esta estructura experimental, Mestre (2018) explica que “ofrece a los usuarios una narrativa que se extiende tanto como el usuario lo desee o los elementos narrativos lo permitan.” Añade que “contienen historias independientes en forma de sucesos interconectados con múltiples conexiones entre los nodos de dicha experiencia.” El actor puede construir una narrativa a voluntad con diferentes puntos de entrada y salida. Su principal ventaja es que nos ofrece un alto grado de personalización de la historia, su principal desventaja es su difícil ejecución tecnológica.

Narrativa concéntrica:

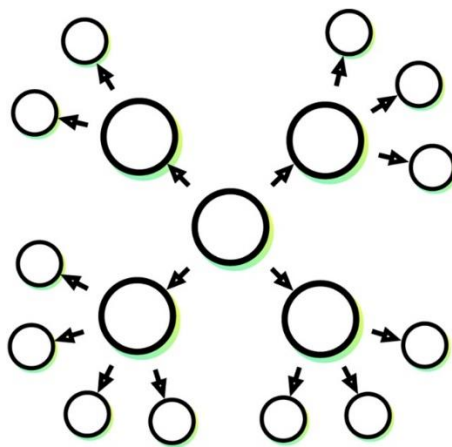


Figura 13.- Narrativa concéntrica. Fuente: Juanjo Mestre

Esta estructura comparte un punto central compartido, posee múltiples entradas a distintos hilos de la historia. Los espectadores eligen el camino que quieren tomar, en el orden que lo quieran, siempre volviendo a esta área central. Son estructuras muy sencillas de configurar.

Narrativa en hilo:

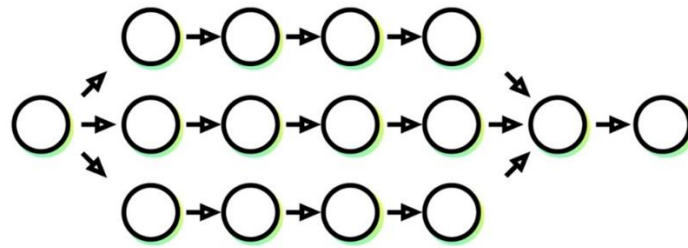


Figura 14.- Narrativa en hilo. Fuente: Juanjo Mestre

Las historias se dividen en pequeños fragmentos, con tramas que pueden cruzarse entre ellas o no. El usuario elige el camino a seguir, así como en qué orden. Esta narrativa cuenta una historia a través de múltiples puntos de vista. La principal ventaja es que cantidad de inicios, nudos y desenlaces que puede tener una historia. El principal problema es intentar guardar el hilo conductor a la hora de la creación de dicho interactivo.

Narrativa paralela:

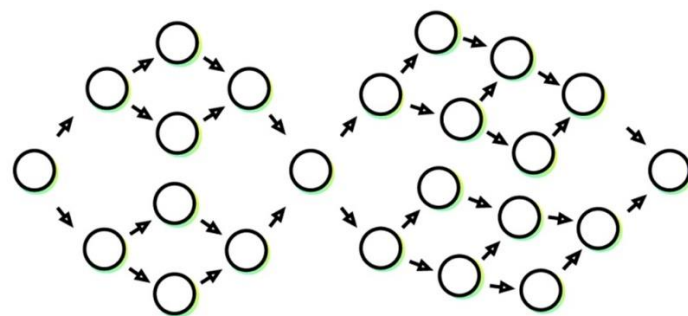


Figura 15.- Narrativa paralela. Fuente: Juanjo Mestre

Las decisiones de cada usuario cambian el recorrido narrativo que se está llevando, pero siempre volviendo al hilo principal para momentos decisivos y hechos comunes. Esta estructura es mucho más manejable y permite al usuario cambiar el

arco narrativo. Su principal problema es saber diferenciar bien las diferentes líneas narrativas.

Estos son algunos de los esquemas que Mestre (2018) agrupa según sus patrones repetidos, pero advierte de que “no son todas las posibilidades que se abren en el universo interactivo y, desde luego, este abanico está en continua expansión.”

En modo de síntesis, la estructura narrativa de un vídeo interactivo está estrechamente relacionada con la creación del mismo. Esta estructura no es más que un guión visual para poder ver su composición.

La interfaz, por su parte, es la cara visible de este programa, todo aquello que aparece en pantalla, los botones, imágenes, diseños, etc. que tienen usabilidad dentro del vídeo. Es importante no caer en la sobrexposición de elementos para no abrumar al espectador, así como también que sea lo más intuitivo posible.

Todas estas características derivan en lo que podemos considerar un buen vídeo interactivo.

5. Géneros y ejemplos

De la forma en la que hemos podido comprobar en apartados anteriores, el concepto del vídeo interactivo es amplio y se puede aplicar a un gran número de géneros y formatos.

Observamos en el artículo de Marketingdirecto (2016) que, al igual que encontramos una gran cantidad de formatos de vídeo que se benefician de la interactividad, han ido apareciendo nuevos formatos que no existían en el caso del vídeo pasivo.

La lista de formatos es casi muy elevada debido a la cantidad de ámbitos en los que se puede aplicar la interactividad en un vídeo. De esta forma, encontramos vídeos corporativos, de ficción, informativos, comerciales o de formación. Ejemplos de la infinidad de posibilidades son el documental interactivo, el cuál procederemos a analizar más adelante, así como tráileres o promociones, videoclips, etc.

Pese a que podríamos añadir más géneros vamos a centrarnos en cinco campos solamente: publicidad, educación, cine, series y documental.

5.1 Publicidad

En el ámbito de la publicidad cada vez es más común el uso de los interactivos para atraer la atención de los clientes. Tal y como explica el artículo de la web Marketingdirecto (2016), el vídeo interactivo aplicado a los diversos formatos de vídeo y publicidad interactiva genera un efecto positivo tanto para las agencias y las productoras, como para las propias marcas y anunciantes.

Afirma que, en general, los resultados de conversión se multiplican por diez, en comparación con los formatos de publicidad pasiva, y por cinco el tiempo de permanencia del usuario en comparación con el vídeo pasivo.

Esto se debe a que estos nuevos formatos logran un mayor *engagement*¹⁷, interacción, tiempo de visionado y por lo tanto mayor exposición de la marca.

Como hemos explicado, a través de los botones es posible, sin necesidad de salir del vídeo poder realizar una compra del producto. De esta manera el comprador no pierde concentración en el vídeo ya que sin salir de él puede acceder a la información del producto o del servicio, adquirirlo y demás.

El vídeo interactivo ya está ayudando a productoras y agencias a aumentar sus beneficios mediante la creación de una línea de negocio. En un mercado tan estancado como el del vídeo, una nueva forma de generar beneficio económico es mucho más que una bocanada de aire fresco (Marketingdirecto, 2016).

Otro punto clave que se destaca es que las campañas basadas en vídeo interactivos incrementan notablemente la exposición y el impacto de la marca y su interacción con el potencial comprador.

Un ejemplo de este formato interactivo es este anuncio que vemos en la fig. 16, realizado por la marca de ropa Oysho. Conforme el vídeo va avanzando tienes la oportunidad de hacer clic encima de cualquiera de los diseños y comprarlo sin necesidad de acudir a la web y buscar el producto.

¹⁷ La atracción que les genera a los usuarios el vídeo.

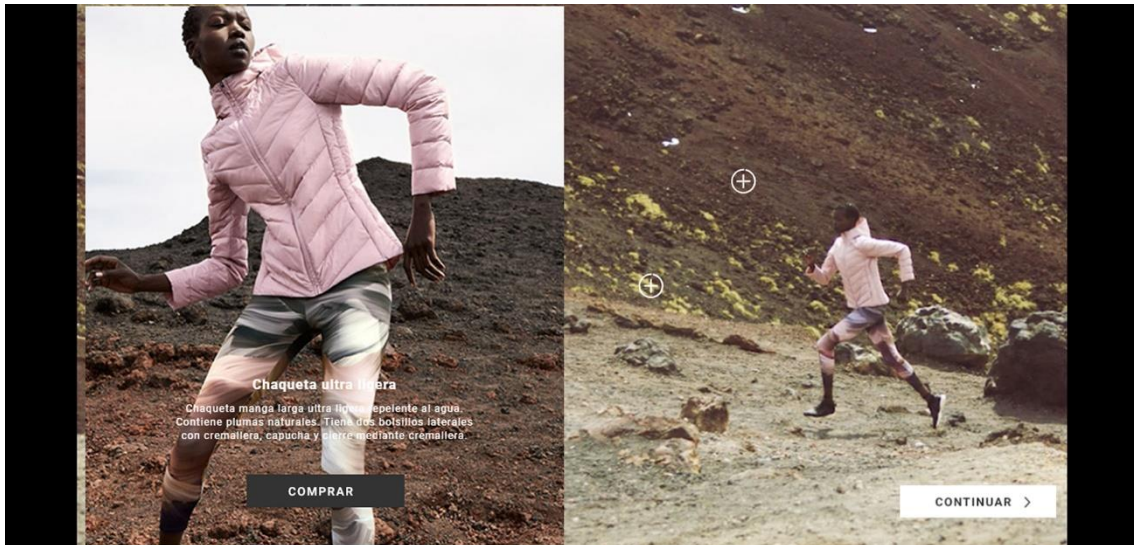


Figura 16.- Fotograma vídeo Oysho. Fuente: Propia

5.2 Educación

Los avances en la tecnología y en la comunicación han permitido también la inserción de vídeos interactivos en el campo de la educación.

Dependiendo del usuario al que se quiera llegar, el diseño de interfaces se amolda a sus necesidades. Así, los vídeos interactivos no solo se aplican en las empresas, sino también en escuelas de secundaria.

Tal y como afirma El Barri (2010) “las escuelas secundarias notaron una brecha en la enseñanza desde lo interactivo y lo digital, por lo cual incorporaron gradualmente las aplicaciones y el equipamiento necesario para llevarlas a cabo.

La inserción de vídeos interactivos busca enriquecer la educación y lo lleva a cabo mediante el uso de estas nuevas tecnologías.

Este uso del interactivo propone una nueva forma de aprender ya que los niños y niñas están acostumbrados, hoy en día, al uso de lo digital y del interactivo.

Cuesta de Diego (2018) nos cuenta que la introducción de preguntas en un vídeo para aprender cualquier contenido teórico, permite optimizar el proceso de aprendizaje de los alumnos, de una manera mucho más efectiva que en el caso del vídeo pasivo.

El autor, además, enumera las diferentes ventajas a la hora de utilizar los interactivos:

En primer lugar, ayudan al alumnado a ser conscientes de aquello que saben, por lo tanto, se trabaja la metacognición o el aprender a aprender.

Como ya hemos comentado en diferentes apartados, mantiene mucho más a la atención del espectador y hace más activo el aprendizaje.

En segundo lugar, la información que le aportan los resultados a los profesores es de gran ayuda. De esta manera pueden saber en qué fallan sus alumnos, así como una información más personal de cada uno de ellos. Al acceder a los datos de interacción el profesor sabrá de cada alumno sus aciertos y sus respectivos fallos.

En tercer lugar, permite mostrar en las clases cuales son los resultados positivos de los test.

Por último, en tiempo real, el alumno conocerá cada uno de sus aciertos y sus fallos para así poder aprender de sus errores. (Cuesta de Diego, 2018)

Así, y tal y como recalca el autor “la utilización de una herramienta tecnológica en esta actividad proporciona unas ventajas muy importantes a la hora de hacer que un vídeo sea interactivo”. (Cuesta de Diego, 2018)

Un ejemplo de este formato interactivo es *Language Arts - Word Recognition*, creado para los más pequeño en el que, mediante vídeos explicativos, irán escuchando y reteniendo diferentes palabras en inglés que más tarde tendrán que localizar en la siguiente pantalla. (ver fig. 17)



Figura 17.- Fotograma de vídeo educativo. Fuente: Propia

5.3 Series y Películas

Como hemos podido comprobar, el interactivo despierta interés en muchos formatos, como en la publicidad y en la educación.

Encontramos también en el entretenimiento ejemplos de cine y series que han empleado esta nueva tecnología.

Al igual que sucede con los anteriores géneros, el interactivo genera una gran atracción al público. En la mayoría de los casos, encontramos estas series y películas con una narrativa de árbol de decisiones. Esto es, conforme vamos avanzando en el interactivo se nos irán presentando diversas opciones, así, según cual elijamos nos llevará a un resultado diferente.

Plataformas como Netflix se han sumado a la experiencia inmersiva y son varios los ejemplos que encontramos dentro de ella.

Uno de estos ejemplos es la película sacada en Black Mirror: Bandersnatch (2018). Este film permite a los espectadores tomar ciertas decisiones que afectan a la trama de la película. Mientras vamos visionando, aparecen en pantalla diversas opciones que van cambiando el sentido de la historia. Según las decisiones que tome el espectador dará lugar a numerosas combinaciones, así como a cinco posibles finales. (Ver fig. 18)



Figura 18.- Fotograma de Black Mirror: Bandersnatch. Fuente: Propia

Sánchez (2019) añade que la interacción en la película es el foco de atención más importante en los espectadores. Lo realizado por Netflix no es algo nuevo que haya hecho la plataforma, desde 2017, ha estado experimentando con este tipo de formato. Bandersnatch es solamente el primer gran éxito interactivo de la compañía.

Desde hace años hemos encontrado ejemplos de series interactivas en Youtube. En estos casos, también se nos muestra en pantalla qué camino queremos tomar. Al elegirlo nos carga en enlace donde está alojado el siguiente acto. Por el momento, la plataforma de vídeos no cuenta con la opción de carga del vídeo dentro de la misma reproducción.

5.4 Documentales

Otro de los grandes formatos, en el que se centra el presente TFG, es el documental interactivo o webdoc¹⁸.

A diferencia de los documentales tradicionales, que siguen una estructura lineal dónde vamos de un punto de inicio a uno final elegido por el autor de la obra, en el caso de los documentales interactivos son muchos los caminos y finales que pueden surgir.

Aunque el punto de inicio sí que esté elegido por el creador del proyecto, será el usuario el que elija su dirección.

Gifreu (2013) en su tesis añade que “tampoco hablamos de un solo discurso, sino de diferentes desarrollos y, por extensión, de diferentes historias posibles”.

Hay un gran número de interactivos basados en este género, con estructuras narrativas muy variadas y llamativas.

Parafraseando a Ambrojo (2014), tanto el documental interactivo como el tradicional pretenden documentar la realidad, pero en el caso del clásico solo se necesita una participación cognitiva de la audiencia. El interactivo implica, además de lo anterior, un ejercicio físico para mover el ratón, teclear, etc.

¹⁸ Término inglés para el documental interactivo

6. Análisis del documental interactivo

Una vez hemos conocido en profundidad el concepto de vídeo interactivo, la importancia que tiene la interfaz para crear buenas narrativas y los principales géneros que encontramos, analizaremos dos documentales que desarrollan esta nueva tecnología.

Como ya hemos explicado, a la hora de crear un interactivo es muy importante el uso de una interfaz agradable, por ello, se ha de perfilar bien la disposición y la organización de los elementos que aparecerán en pantalla.

Si nos encontramos con una ventana llena de recursos creará en el espectador una sensación de fatiga visual que le hará perder el interés.

De este modo, la simplicidad favorece la comprensión y la navegación de los usuarios.

Vamos a analizar tanto la interfaz de los vídeos como su guion narrativo para después compararlos y sacar conclusiones.

La estructura del guion, o estructura narrativa, de un vídeo interactivo forma parte de su interfaz. De esta manera extraeremos un diagrama de cada uno de los documentales para saber cómo está estructurado el guión. Es decir, cuál es el camino o caminos que se pueden seguir para el visionado del documental.

Como podemos observar en la fig. 19, existen algunas recomendaciones a la hora de crear un interactivo. En el proceso de análisis de la interfaz las tendremos en cuenta para definir la calidad del documental.

Pantallas
No poblar ni rellenar excesivamente las pantallas
Evitar pantallas desenrollables ("scrollings") y superpuestas ("overlays")
Usar ventanas para organizar la información
Usar medidas y estilos tipográficos diferentes para enfatizar
Poner títulos y encabezamientos en todas las pantallas
Usar grafismos siempre que sea posible
Atención: la resolución de la pantalla determina la calidad de la presentación
Control
Dejar que el usuario marque su ritmo
Dejar que el usuario controle la secuenciación de sucesos
Usar menús siempre que sea posible
Permitir al usuario que pueda adaptar el programa a su medida
Proveer siempre acciones por defecto
Proveer opciones de control múltiple (redundantes)
Respuestas y ayudas
Poner ayudas y preguntas para que los errores sean improbables
Usar punteros en lugar del teclado siempre que sea posible
Reconocer siempre las acciones del usuario
El análisis de respuestas ha de ser tolerante a las variaciones de respuestas
Permitir al usuario que cambie sus respuestas
Dar siempre "feedback" correctivo en caso de error
Los "feedbacks" han de ser breves y neutros en el tono
Las ayudas han de ser precisas y específicas y de fácil acceso
A usuarios diferentes ayudas diferentes

Figura 19.- Unas guías para el diseño de interactivos. Fuente: Xavier Berenguer

6.1 Montelab

Montelab (2014) habla sobre el precio de la vivienda, la crisis y los efectos de la burbuja inmobiliaria en España a partir de 2007. Este documental interactivo entraría dentro de la categoría de *docugame*, un interactivo basado en un juego. Tanto es así que nos encontramos, para empezar, con una interfaz muy llamativa que toma como referencia directa los videojuegos retro, mezclando esta temática de juego con vídeos de historias reales.

Nada más abrir el documental, nos salta un vídeo introduciéndonos en el contexto con una temática de anuncio de televisión: una inmobiliaria, que nos insta a comprar la vivienda.

Terminada la secuencia entramos en el menú de inicio, dándonos a elegir mediante botones qué tipo de familia somos y si deseamos comprar o alquilar una casa. La

opción de alquiler tiene trampa ya que, después de aparecer un par de mensajes de familiares y amigos con recomendaciones, no nos dará otra opción que la compra.

Nos encontramos con un diseño muy limpio e intuitivo en esta primera parte, una vez pinchamos el botón de comprar se inicia el documental. El interactivo funciona de la siguiente manera: conforme avanza la historia, a nuestro personaje se le presentarán diversas preguntas con sus respectivas respuestas que tendremos que elegir. El docugame cuenta con dos contadores: uno de felicidad y otro de gastos que, según vayamos respondiendo, se verán afectados.

Pinchando en el botón de comprar se inicia el documental. Una vez iniciado se nos muestran las instrucciones para el visionado, así como un primer vistazo de la distribución de la interfaz. (ver fig. 20)

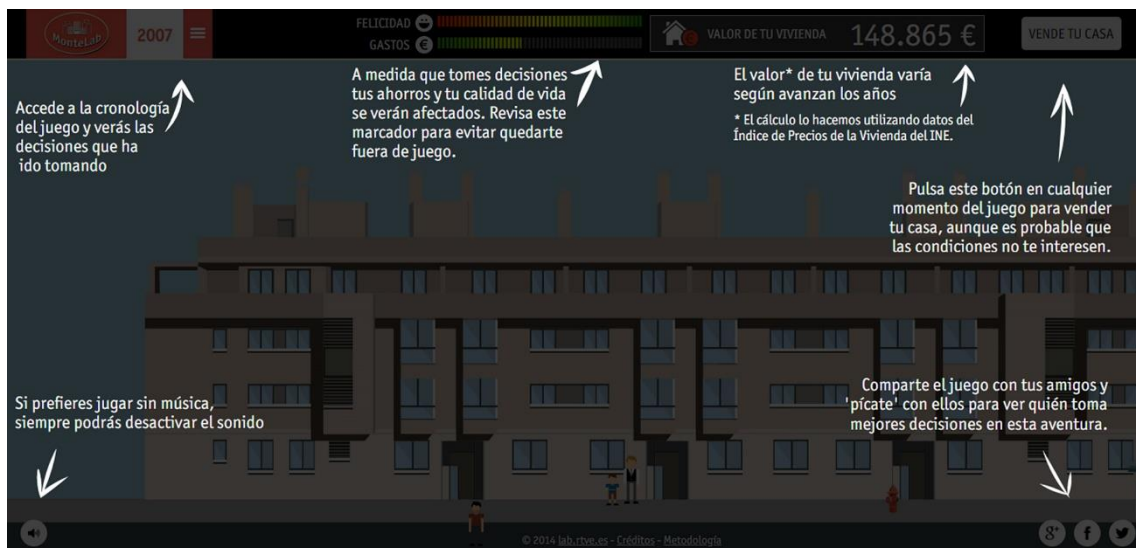


Figura 20.- Fotograma de Montelab. Fuente: Propia

Tras cada decisión se nos muestra información relacionada con el argumento del documental, bien sea en formato vídeo, audio o gráfico.

Por lo tanto, funciona de la siguiente manera: el documental nos hace tomar una decisión, por ejemplo, preguntar a un vecino o quejarse al ayuntamiento de que no se recoge la basura en la urbanización. Al seleccionar cualquiera de las respuestas, veremos una breve animación sobre nuestra decisión que terminará con una ventana emergente dónde encontraremos información sobre lo seleccionado. Al cerrar estas ventanas nos permitirán pasar a la siguiente pantalla. Dichas ventanas

contienen un vídeo, una explicación o un gráfico relacionado con el argumento del documental.



Figura 21.- Fotograma de Montelab. Fuente: Propia

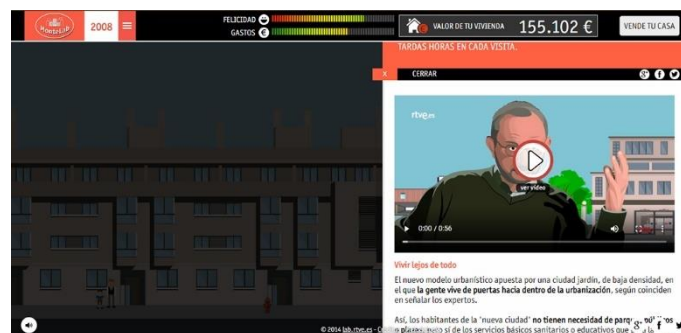


Figura 22.- Fotograma de Montelab. Fuente: Propia

A lo largo del documental no encontramos pantallas excesivamente cargadas de información. Aun así cabe destacar que, en un primer momento, puede resultar abrumadora la interfaz, es decir, con demasiadas opciones. Pero a medida que avanza el juego el usuario se adapta a este diseño.

El uso de las ventanas emergentes dentro del vídeo no causa dificultad de comprensión a la hora de seguir el documental, cuenta con un botón de cierre para avanzar en el visionado.

En conclusión, podemos afirmar que el documental cuenta con un interfaz limpia e intuitiva, con un diseño innovador. Y, en consecuencia, se una personalidad propia y cuenta con un rasgo distintivo muy marcado respecto al resto de documentales.

Como podemos observar en la fig. 23, el guion narrativo de esta primera parte es muy lineal, es decir, no cuenta con ningún cambio de rumbo según la decisión que tomemos. Aunque nos dé a elegir entre tres modelos diferentes de familia, el

documental es el mismo para los tres, la única diferencia es la animación de los personajes.

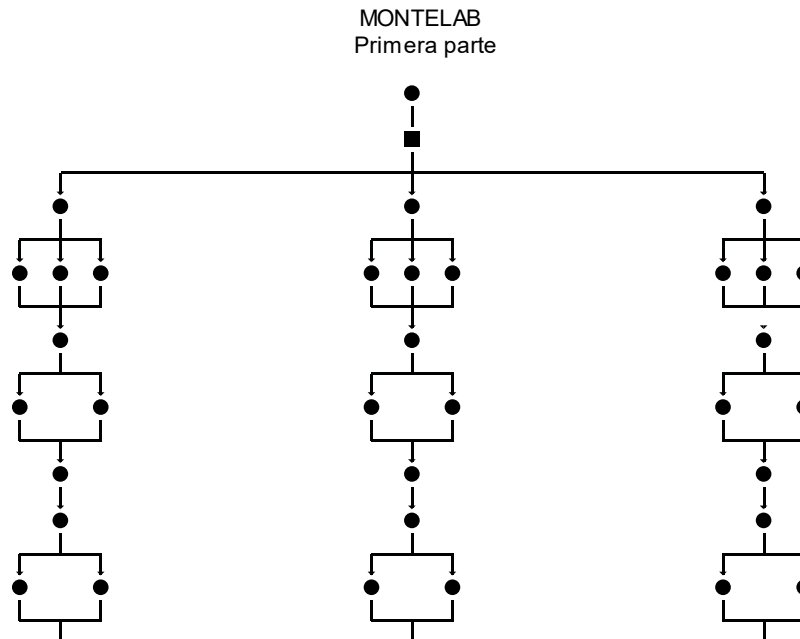


Figura 23.- Estructura narrativa Montelab. Fuente: Propia

A partir de esta primera parte es donde cambia el rumbo del documental según las decisiones que tomemos. Tomar una opción u otra alargará o reducirá a la duración del interactivo. También variarán las animaciones presentadas al espectador ya que, o bien según nuestras decisiones aparecerán en diferente orden, o aparecerán animaciones propias de cada camino que tomemos. (ver fig. 24)

Este documental cuenta con una estructura narrativa ramificada. El interactivo se divide en pequeños fragmentos con tramas que se cruzan. Como hemos analizado, es el usuario el que elige el camino y la historia se cambia según nuestras decisiones.

6.2 Dyatlov

El siguiente documental interactivo a analizar es Dyatlov (2014). En 1959 un grupo de estudiantes, encabezados por Igoi Dyatlov, se adentraron en los montes Urales. Esta historia está marcada por la aparición de todos los estudiantes muertos en extrañas circunstancias, antes de que finalizaran su recorrido.

El documento recoge las fotografías originales de la expedición, la historia reescrita y todo ello con un sonido ambiente relacionado con lo sucedido.

Nada más empezar el documental se nos muestra una pantalla de inicio. Como vemos en la fig. 25, en la parte superior de la pantalla se nos muestran las instrucciones de uso del interactivo. Desde el primer momento tenemos la opción de que nos acompañen diferentes grabaciones como sonido de fondo.

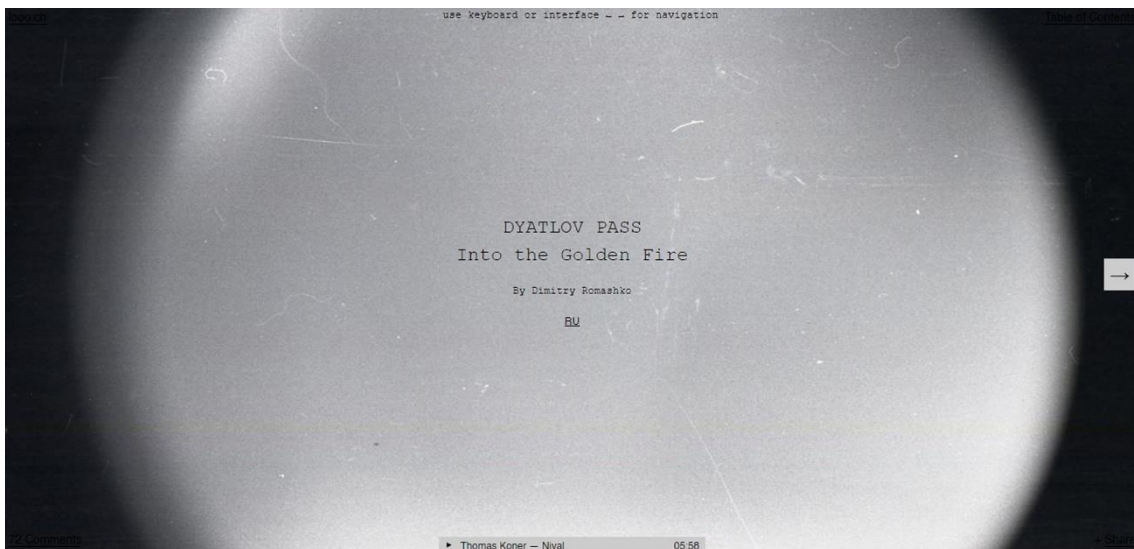


Figura 25.- Primera pantalla Dyatlov. Fuente: Propia

Tras pasar dos de las pantallas nos encontramos con un índice, como si de un libro se tratase, que nos permite saltar a los diferentes apartados que tiene el documental. A lo largo del vídeo podemos volver a esta pantalla, ya que contamos con un botón en la esquina superior derecha que nos da acceso directo a ella.

Este documental cuenta con una interfaz sencilla y una experiencia narrativa bidireccional. Contamos con dos botones a ambos lados del vídeo para, como si se tratase de una presentación de diapositivas, ir cambiando y dirigirnos a la anterior o posterior pantalla, así que esta es la única manera de recorrer el interactivo.

El vídeo nos va presentando textos explicativos, vídeos e imágenes sobre todo lo sucedido en la expedición.

Las pantallas que encontramos son muy simples, sin un exceso de información. No aparecen ventanas emergentes durante el vídeo por lo que la comprensión para usarlo es muy sencilla. Como ya hemos dicho, podemos, en cualquier momento, retornar al índice principal para pasar al capítulo que nosotros deseemos.

Por lo tanto, y siguiendo las guías que estamos tomando de base para la creación de interactivos, el documental permite al usuario marcar su propio ritmo de visionado.

Debido a la sencillez del documental hemos simplificado su estructura narrativa. Tal y como observamos en la fig. 26, este guión narrativo es muy sencillo. Nos encontramos con una estructura bidireccional. Siguiendo las pautas de visionado podemos solo ir dos direcciones, hacia adelante y hacia atrás. El interactivo cuenta con una pantalla que permite también redirigirse al comienzo de varios capítulos, como ya hemos mencionado anteriormente.

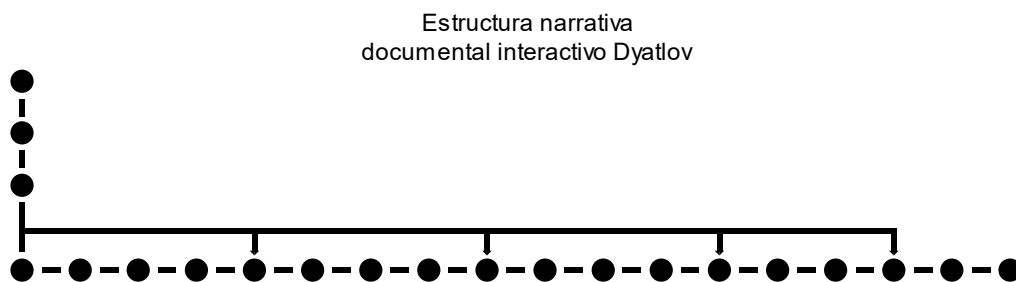


Figura 26.- Estructura narrativa Dyatlov. Fuente: Propia

7. Conclusiones

Una vez terminado el TFG vamos a proceder a comprobar si se han cumplido los objetivos que marcamos, cuáles han sido nuestros principales problemas para llegar a ellos y sus respectivas soluciones.

El objetivo principal que marcamos era la delimitación de la estructura narrativa de varios documentales interactivos. Hemos logrado recrear el guion narrativo de ambos documentales gracias al visionado de cada uno de los caminos posibles. Al mismo tiempo, hemos creado un esquema visual para poder observar cómo es dicha estructura.

El problema principal de este objetivo lo hemos encontrado a la hora de construir el guion narrativo del documental Montelab, ya que son muchos los pasos que se pueden seguir y muchas las animaciones que pueden llegar a confusión.

En cuanto al documental Dyatlov (2014), al contar con más de 70 pantallas, se ha tomado la decisión de simplificar la estructura con el objetivo de facilitar la comprensión de la misma por parte del lector.

Otro de los objetivos principales que marcamos es el de definir el concepto de vídeo interactivo. Hemos encontrado como problema principal el hecho de que, debido a la novedad del término, todavía no existen suficientes definiciones en la literatura. Por ello, hemos recurrido a una serie de blogs y revistas que, de forma más empírica, nos han permitido acercarnos a su definición.

Por último, también nos ha sido posible alcanzar los objetivos secundarios. Aun así, cabe resaltar que no ha sido posible tratar sobre una base de diferenciación de géneros, por lo que se ha optado por el empleo del análisis de algunos ejemplos de vídeos interactivos.

A pesar de los inconvenientes, la realización de este proyecto ha resultado muy satisfactoria. Las razones principales son tanto la clarificación del concepto y los tipos de vídeos interactivos como la concepción de las diferentes narrativas y esquemas posibles.

8. Referencias

- El Barri, N. (2010). *Vídeos interactivos en la educación*. (Tesis de grado). Universidad de Palermo, Buenos Aires.
- Hammoud, I. (2006). Introduction to Interactive Video. En R. I.Hammoud (Ed.), *Interactive Video* (pp. 3-25). Ed. Springer, Berlín
- Salinas Ibañez, J. (2009). Interacción, medios interactivos y vídeo interactivo. *Enseñanza & Teaching: Revista Interuniversitaria De Didáctica*, 10. Recuperado de <http://revistas.usal.es/index.php/0212-5374/article/view/4161>
- Sabater, V. (2013). *Vídeo inmersivo e interactivo* (Tesis de master). Universidad politécnica de Valencia, Gandía.
- Fotonostra. (2019) ¿Qué es el vídeo digital? [Entrada de un blog]. Fotonostra.com. Recuperado de <https://www.fotonostra.com/digital/digitalvid.htm>
- Cutanda, R. (2003). *Conceptos básicos de vídeo digital* [Entrada de un blog]. Videoedicion.org. Recuperado de <https://videoedicion.org/documentacion/article/conceptos-basicos-de-video-digital/>
- Bartolomé, A. (2003). Vídeo Digital. *Comunicar. Revista científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 21, pp.39-47.
- Berenguer, X. (1997). *Escribir programas interactivos*. Sitio web: <https://www.raco.cat/index.php/Formats/article/view/255076/342067>
- Digitalfotored. (s.f). Diferencias entre vídeo digital y analógico [Entrada de un blog]. Recuperado de: <http://www.digitalfotored.com/videodigital/diferenciasdigitalanalogico.htm>
- Estebanell, M. (2002). Interactividad e interacción. *Revista Latinoamericana de tecnología educativa*. (1). p.15-25
- Lamarca, M. (2018). *Hipertexto, el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen* (Tesis de doctorado). Universidad complutense de Madrid, Madrid
- Danvers, F. (1994). 700 mots-clefs pour l'éducation. París: Presses Universitaires de Lille.
- Somacomunicación. (2018, 24 mayo). *Diferencias entre el vídeo interactivo y lineal*. Recuperado 8 agosto, 2019, de <https://somacomunicacion.com/diferencias-entre-el-video-interactivo-y-lineal/>
- Marketingdirecto.com (2016, 17 noviembre). *Por qué el vídeo interactivo enamora a agencias y marcas*. Recuperado 15 de julio, 2019, de

<https://www.marketingdirecto.com/digital-general/digital/video-interactivo-enamora-agencias-marcas>

Hernández, V. (octubre 5, 2017). *5 herramientas para crear vídeo interactivo*. Sitio web: <http://elearningmasters.galileo.edu/2017/10/05/herramientas-para-video-interactivo/>

WWWWhatsnew [WWWWhatsnew]. (2016, octubre 26). Playfilm: un editor online de vídeos interactivos [Archivo de vídeo]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=VDGGbXFWE1s>

Ortega, C. [Chel Ortega]. (2012, marzo 27). *¿Qué es interactividad* [Archivo de vídeo] Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=LSTY8WArIt8>

Coomans, M. (1995). Tendances et perspectives européennes en matière de technologies multimédias. En F. Delmas y F. MassitFolléa (dirs.). *Vers la Société de Informations. Savoirs-PratiquesMédiations*: Rennes: Apogée.

Berenguer, X. (1997). Escribir programas interactivos. *Introducción al proyecto y escritura multimedia*. Recuperado de: <http://www.calgran.net/articles/interactivos/index.htm>

Cuesta de Diego, P. (2018, 12 febrero). Vídeos interactivos: la clave para aprender más y mejor [Entrada en un blog] The flipped classroom. Recuperado de: <https://www.theflippedclassroom.es/videos-interactivos-la-clave-para-aprender-mas-y-mejor/>

Sanchez, E. (2019, 2 enero). 5 contenidos interactivos que puedes ver en Netflix aparte de Bandersnatch [Entrada en un blog]. Merca 2.0. Recuperado de <https://www.merca20.com/contenidos-interactivos-netflix-bandersnatch/>

Ambrojo, J. (2014, septiembre). La era del documental. *Técnica industrial*. Recuperado de: <http://www.tecnicaindustrial.es/TIFrontal/a-5998-la-documental-interactivo-transmedia.aspx>

Gifreu, A. (2013). *El documental interactivo como nuevo género audiovisual* (Tesis de doctorado). Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.

Mestre, J. (2018). *Narrativas interactivas ¿cuál usar y por qué?* [Entrada de un blog]. Fluorlifestyle. Recuperado de: <https://fluorlifestyle.com/narrativas-interactivas-usar/>

Lab (Productores). (2014). Montelab [Documental interactivo]. España: Lab de RTVE

Romashko, D. (Director) y Loo.ch – Culture hackers (Productores). (2014). Dyatlove Pass [Documental interactivo]. Rusia: Loo.ch – Culture hackers