

# **Te Tengo Que Contar (#TTQC)**

**[www.tetengoquecontar.com](http://www.tetengoquecontar.com)**

Diseño y desarrollo de una plataforma transmedia para los jóvenes en Bogotá, basada en relatos de la vida cotidiana para la creación de guiones de ficción

**ESTEFANÍA GORDILLO MOLINA**

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicador(a) Social con énfasis en medios audiovisuales

**Director**

Carlos Obando Arroyave

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA**

Facultad de Comunicación y Lenguaje

Dpto. de Comunicación Social

Bogotá D.C

2019

## **Artículo 23**

Pontificia Universidad Javeriana

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por los alumnos en sus trabajos de grado, solo velará porque no se publique nada contrario al dogma y la moral católicos y porque el trabajo no contenga ataques y polémicas puramente personales, antes bien, se vean en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”

Bogotá D.C., mayo de 2019

Dra.

MARISOL CANO BUSQUETS

Decana Académica

Pontificia Universidad Javeriana

Facultad de Comunicación y Lenguaje

Estimada decana,

Por medio de la presente me permito presentar mi trabajo de grado titulado “Te Tengo Que Contar, diseño y desarrollo de una plataforma transmedia para los jóvenes en Bogotá, basada en relatos de la vida cotidiana para la creación de guiones de ficción” para optar por el título de Comunicadora Social con énfasis en Medios Audiovisuales.

El proyecto tiene como objetivo diseñar y desarrollar una plataforma virtual, transmedia, que permita consumir y producir diferentes narraciones de manera participativa, dividido en distintas categorías, bajo el tema en común de la juventud bogotana. Que, a su vez, pueda ser utilizada como inspiración para la creación de guiones de ficción inspirados en uno o más microrrelatos disponibles en la plataforma, y se materializa en la página que ya se encuentra disponible [www.tetengoquecontar.com](http://www.tetengoquecontar.com) y se inspira en la premisa de poder convertir la cotidianidad juvenil en ficción.

Atentamente,



---

Estefanía Gordillo

C.C 1026589144



PTG-E-2

Referencia: *Formato Proyecto Trabajo de Grado*

**Código** Espacio para la CTG.

FORMATO **PROYECTO** TRABAJO DE GRADO CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

IDENTIFICACIÓN

**Título del Trabajo de Grado: Nombre provisional, corto, creativo, con subtítulo explicativo**

¡Te tengo que contar! Una propuesta transmedia para los jóvenes bogotanos.

Aprobado por: Laura Cecilia Cala

Firma: \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ Nota: 5.0

Profesor Proyecto II:  X

Asesor:  □

Campo Profesional en el que inscribe el proyecto: *Audiovisual*.

(Puede inscribir el trabajo en uno o dos campos profesionales o no asociarlo a ninguno)

Doble Programa: No:  X

Si:  □ Cual: Nombre programa.

Modalidad de Trabajo:

<input type="checkbox"/>	Monografía Teórica	<input type="checkbox"/>	Análisis
<input type="checkbox"/>	Sistematización Experiencias	<input checked="" type="checkbox"/> x	Producto
<input type="checkbox"/>	Práctica por proyecto	<input type="checkbox"/>	Asistencia Investigación

Línea de Investigación

<input checked="" type="checkbox"/> x	Discursos y Relatos	<input type="checkbox"/>	Procesos Sociales
<input type="checkbox"/>	Industrias Culturales	<input type="checkbox"/>	Prácticas de Producción Innovadora

Palabras Clave: Narrativas transmedia, narración participativa virtual, jóvenes, Bogotá.

Fecha Inscripción: Noviembre 2018

### **Estudiantes**

Estefania Gordillo D.I. 10265859144

**Asesor Propuesto:** Carlos Obando

Departamento al que está adscrito el asesor: Comunicación

Información Básica

#### A. Problema

### **1. ¿Cuál es el problema? ¿Qué aspecto de la realidad considera que merece investigarse?**

El principal problema a tratar en el trabajo de grado es la falta de espacios o plataformas de fácil acceso para el consumo, la creación y la producción de narrativas participativas dedicadas para los jóvenes en Bogotá. De este aspecto, se desprenden otros problemas más específicos: La necesidad de tener un espacio donde cualquier persona, tenga o no experiencia en el mundo audiovisual pueda contar su historia libremente, y sacar algo positivo de esto; la falta de interés por parte de los jóvenes en participar activamente en la construcción de narrativas propias y lograr poner en palabras (u otro medio) aquello que quieren expresar; además, como estudiante de comunicación con énfasis en producción audiovisual, me enseñaron desde un principio que las mejores historias pueden salir de situaciones cotidianas, de titulares en el periódico, de conversaciones en el transporte público, etc. Entonces, siempre sentí la necesidad de tener a mi disposición más alternativas, en cuanto a “fuentes de inspiración” a la hora de tener que construir un guion, que fuera actual, pertinente, y aprender a sacar provecho de tantas historias que ocurren a diario en la vida de los jóvenes, que pasan desapercibidas y pueden tener gran potencial narrativo.

### **2.¿Por qué es importante investigar ese problema?**

Se necesita buscar nuevas formas de crear y difundir narraciones acordes a los cambios culturales y tecnológicos que se han producido actualmente. Tomé la decisión de crear una plataforma virtual que impulse la narrativa participativa de los jóvenes porque considero que,

si se quiere estudiar la realidad juvenil, esta es una forma efectiva de tener información, en tiempo real, de lo que sucede en sus vidas y de esta forma se logren productos audiovisuales muy interesantes y tal vez diferentes a los que hubieran sido resultado de una investigación (por parte del guionista) en otros medios no virtuales. Decidí dirigir este espacio hacia un target muy importante, ya que los jóvenes son un grupo poblacional bastante grande tanto en Colombia como en Bogotá, que de acuerdo con las estadísticas irán en aumento a futuro, y hacen parte de un tercio de la población colombiana. Además, la plataforma virtual ayuda a darle voz a una generación que se encuentra más cómoda expresándose por plataformas virtuales. La importancia de tener un espacio virtual, con un “banco de historias” disponible para otros jóvenes en búsqueda de material para la elaboración de un guion, puede resultar muy útil y beneficioso tanto para los creadores de los micro relatos como para los jóvenes guionistas, e incluso, para los que son espectadores y buscan simplemente entretenerse leyendo contenido real con el cual se identifican. Adicionalmente, la creación de este espacio puede resultar en un ejercicio pertinente para la carrera de comunicación social; por ejemplo, aquí también entrarían a jugar elementos aprendidos en el énfasis audiovisual como la adaptación de historias para un guion de ficción, que genere identificación, con temáticas universales, actuales, creíbles, con una premisa que surja de una situación cotidiana y comunique una problemática real.

### **3.¿Qué se va investigar específicamente?**

La investigación estará dividida en cuatro aspectos: Primero, se tomarán datos e investigaciones realizadas por la alcaldía de Bogotá y el DANE para realizar un contexto general sobre los jóvenes en Bogotá. Dentro de este marco también entrarían aspectos más específicos como sus usos y acceso a internet, apoyándome en la información proporcionada por el ministerio de TIC. Por otro lado, se investigará todo lo que concierne a la creación y lo que implica una plataforma virtual transmedia, es decir, las características fundamentales de este formato como es la multimedia, interactividad con los usuarios, los hipertextos, podcast, etc. Además, se hará un análisis sobre las narraciones virtuales de forma participativa y colaborativa y su importancia para la comunicación, con el apoyo de artículos académicos como el de Yadira Palenzuela, con “Participación social, juventudes y redes sociales virtuales: Rutas transitadas, rutas posibles”, entre muchos otros. Por último, entraría la investigación sobre el tema de derechos de autor en Colombia, cómo sería su manejo en cuanto a reconocimiento y remuneración económica para casos en los que se haga uso de las narraciones disponibles en el medio virtual para la creación de cualquier producto.

## B. Objetivos

**1. Objetivo General:** Elaborar una plataforma virtual, transmedia, que permita consumir y producir diferentes narraciones de manera participativa, dividido en distintas temáticas, bajo el tema en común de la juventud bogotana. Para que a futuro esta se convierta en una herramienta para la creación de guiones de ficción inspirados en uno o más micro relatos disponibles en la página.

### 2. Objetivos Específicos (Particulares):

- Crear un espacio virtual que cuente con una participación numerosa de relatos para la página y que sea funcional.
- Elaborar estrategias de difusión para tener la mayor cantidad de usuarios que generen contenido y también de usuarios que estén interesados en el medio.
- Hacer una investigación rigurosa sobre los antecedentes socio culturales y generales sobre la adolescencia en Bogotá.
- Conseguir apoyo de otros estudiantes para que hagan uso y a su vez ayuden a construir la plataforma.

## Fundamentación Teórica y Metodología

### A. Fundamentación Teórica

#### 1. Estado del Arte ¿Qué se ha investigado sobre el tema?

Se han realizado diversas investigaciones que dan cuenta de cómo el rápido crecimiento de Internet, y su uso frecuente por la sociedad actual, ha logrado una nueva forma de entretenimiento y formas de narrar con características propias. Las plataformas virtuales facilitan e impulsan la creación de contenido audiovisual, el cual aprovecha los beneficios del



internet para acortar las barreras del tiempo y el espacio y se potencie la capacidad de difusión. Esto es muy útil a la hora de crear foros, blogs u otro tipo de páginas que se sostienen gracias a la participación colectiva de usuarios, tal como es el caso del proyecto “Narratopedia”, la cual fue creada por un grupo interdisciplinario conformado por un pedagogo, un comunicador, un ingeniero, un investigador de la cibercultura y un escritor, liderada por Jaime Alejandro Rodríguez, literato y profesor de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá. Esta tiene como objetivo poner en funcionamiento las herramientas necesarias para propiciar la creación colectiva en el campo de la narración, sacando provecho de las posibilidades que ofrece la web. También está el ejemplo del uso de YouTube para difundir productos creados de manera participativa por los Bogotanos, como es la página de [www.mihistoriasobreruedas.com](http://www.mihistoriasobreruedas.com), e incluso, es válida también la creación de páginas en redes sociales como Facebook e Instagram como “confesiones javerianas” donde los estudiantes comparten anécdotas, historias de vida, etc de manera anónima.

Adicionalmente, están otros referentes que evidencian el éxito de la creación de este tipo de plataformas tales como “Whattpad”, la cual es una comunidad global, formada por más de 65 millones de personas. Esta plataforma toma la actividad de escribir historias y la convierte en una experiencia social de creación y descubrimiento. Otro referente útil de una plataforma transmedia es “Cuentos de viejos”, la idea de este proyecto es crear documentales colaborativos transmedia, desarrollado por Marcelo Dematei, Carlos Smith, Laura Piaggio y Anna Ferrer. En sus propias palabras el objetivo de ellos es que “con experiencia, esperamos alentar el diálogo intergeneracional, dar voz a los mayores, integrar sus relatos a los medios contemporáneos y así, reflexionar acerca de nuestra historia y nuestra memoria”.

Páginas como “The boat”, en donde se lleva a otro nivel la experiencia de contar una historia. El usuario es recibido de inmediato con un audio de lluvia, truenos, un bote que inunda la pantalla y a medida que se desplaza hacia abajo en la página, la historia combina texto, audio, elementos visuales e interactivos para brindar una experiencia inmersiva.

Todas estas páginas y muchas otras más, reflejan una forma de crear y difundir narrativas de una manera diferente. Demuestran, además, como lo explica Nuria Lloret Romero en su artículo para la Universitat Politècnica de València que, se está generando un proceso abierto, que marca la ruta del futuro que sigue el campo audiovisual, con la creación de contenidos concebidos y realizados para las necesidades y especificidades del medio electrónico, la

interactividad, que a su vez genera una cultura de la “creación colectiva” que permite nuevas formas de expresión gracias a la web (pag. 6, 2008). Además, se afirma que las nuevas aplicaciones permiten que el usuario sea creador y consumidor, según sus propias y particulares necesidades y permite integrar comunidades que comparten los mismos gustos, necesidades, experiencias, etc, sin el problema de la barrera de la distancia y en una comunidad que permite la producción de nuevo contenido de manera eficaz. Adicionalmente, el texto también cita a Lévy (2002), para mostrar cómo la implantación del modo de producción socialmente distribuido está siendo facilitada por las tecnologías de la información y la comunicación, las cuales están permitiendo la consolidación de una llamada “inteligencia colectiva” que promueve la acción colectiva para el análisis de problemas, el intercambio de conocimientos y las tomas de decisión. Y a este análisis se le añade que el artista deja de ser creador estricto para convertirse en productor. “Este desarrolla una herramienta que luego será el público el que la use, desarrolle y difunda según sus intereses, que no tienen por qué coincidir ni estar influenciados por la voluntad original del artista... El trabajo del artista es literalmente el de un médium: ofrecer una estructura, una herramienta, un medio en el que sea el espectador el que se exprese, en el que sea el espectador el que cree” (Lluriet y Canet, pag. 3, 2008)

En este punto, es importante tener en cuenta un género que es el que mejor se adapta para las narrativas de internet. Y es el micro relato, pues se debe delimitar sobre todo la extensión de las historias que se publicarán en la página. Al respecto Lloret explica como “este es un subgénero surgido de lleno por y para la red. No superando casi nunca el minuto de duración se ha convertido, junto con los anuncios publicitarios, los videoclips o los trailers en uno de los géneros audiovisuales preferidos por la gran mayoría de cibernautas” (Lluriet y Canet, pag. 6, 2008)

Por otra parte, es necesario indagar sobre el tema de derechos de autor. Ya que los escritos compartidos por los usuarios son pensados para que eventualmente se conviertan en un guion de ficción, ya sea adaptándolos, o simplemente tomando inspiración de alguna idea encontrada en el espacio virtual. En una investigación realizada por Javier Diaz-Noci y Anna Tous-Rovirosa, en su texto *La audiencia como autor: narrativas transmedia y propiedad intelectual del público. Algunas reflexiones*, explica como “Cualquiera que sea el caso, y el tipo de ley bajo la cual estemos, debe entenderse que la obligatoriedad de mencionar en todo momento a partir de qué obra original se produce la derivada es una exigencia no sólo legal, sino moral, exigible en todo momento.” (pag.460, 2008).

Este es un tema que tiene diversos debates y no hay mucha claridad sobre aspectos como la suma económica adecuada, pero frente a la doctrina del fair use de la Common law, el derecho civil continental que propone la del “lucro cesante y el daño emergente” (uno pierde aquello que deja de ganar), de manera que, el hecho de que una obra derivada no tenga propósito de obtener una remuneración económica directa no impide las ganancias de los autores de la obra original ahora o en el futuro. Aunque se disponga del permiso expreso del autor de la obra original para hacer una derivada (por ejemplo, la adaptación cinematográfica de una novela) las partes pueden pactar unos límites Las leyes de propiedad intelectual protegen a cualquier persona que haya creado cualquier tipo de obra, siempre que sea original. (Díaz-Noci, Tous-Rovirosa, pag.461, 2008).

Con respecto al tema de internet en el país, el ministerio de TIC proporciona información que ayuda a dar un panorama sobre el estado de los colombianos y los bogotanos con respecto al uso, acceso y apropiación de internet. Dejando claros los esfuerzos del gobierno para que cada vez haya más usuarios con acceso a la web. Hoy el 64% de los hogares del país cuenta con acceso a Internet y el 72% tiene acceso a un smartphone, según la primera Gran Encuesta TIC, (2016).

Ahora bien, con respecto a la temática juvenil, existen muchas investigaciones, de tipo cualitativo y cuantitativo. Se debate sobre si la adolescencia debe verse desde un punto de vista de edad, generacional, de mentalidad, etc. No hay mucha claridad conceptual al momento de definir la adolescencia, ya sea por sus características físicas, como mentales. Con respecto a los problemas juveniles, un artículo de Facundo Miño para el periódico La Voz, presenta un informe comparativo que evalúa las opiniones de los jóvenes en tres décadas diferentes. Y, en resumen, aunque muchos elementos de su cotidianidad se han ido reconfigurando, los principales ámbitos que se relacionaron con los problemas que aún persisten tienen que ver con la educación, el trabajo, los usos de la violencia, el sexo, las drogas, la moral y el rol de la familia. Finalmente, ya en aspectos más generales con respecto a la juventud en Bogotá, la alcaldía de Bogotá realizó un informe estudio distrital de la juventud, en donde a grandes rasgos se define lo que significa “joven” “juventud” “juvenil”, cálculos poblacionales y proyecciones, segmentación por localidades, su estado a nivel socioeconómico, diversidad cultura, nivel de educación, etc. (2015)

## **2. Marco Conceptual ¿Cuáles son las bases conceptuales con las que trabajará?**

### **Narración participativa virtual:**

Este concepto no tiene una definición exacta, ya que existen varios autores que lo abordan de diferentes maneras y lo adaptan de acuerdo a sus intereses investigativos. Es por esto que el término narración digital, o virtual está en constante construcción. Tras revisar la investigación realizada por Alberto José Echeverry, en su trabajo de grado para la Pontificia Universidad Javeriana, en donde se toma la definición hecha por la Digital Storytelling Association (DSA), se puede entender este concepto como: "la expresión moderna del antiguo arte de narrar historias. A través del tiempo, la narrativa ha sido utilizada para transmitir el conocimiento, sabiduría y valores. Las historias han tomado muchas formas distintas. Se han adaptado a cada medio que ha surgido, desde las fogatas y ahora, hasta la pantalla del computador" (DSA, pag.12, 2011).

A la cual, se le puede añadir la interpretación de Leslie Rule, que dice que "Las historias digitales derivan su poder al tejer imágenes, música, narrativas y voces juntas, dándole dimensiones profundas y colores vibrantes a personajes, situaciones, expresiones y perspectivas. Ahora narra tu historia digitalmente" (DSA, pag.13, 2011). La autora que mencioné anteriormente, también da su perspectiva frente a este término, diciendo que "podría definirse como cualquier forma de expresión o comunicación, con o sin fines estéticos, que recurre al aprovechamiento de los medios digitales y/o la convergencia de estos en distintas plataformas, soportes o redes" (pag.15, 2011), a esto es importante añadir que el hecho de que sea participativa, se refiere a que se aprovecha el recurso electrónico para la libre expresión de diferentes formas de narrar en donde tienen cabida formas no literarias de expresión, es decir, cualquier intento de utilizar los medios digitales en función de la narración y de la expresión cotidiana es válido.

### **Narrativas transmedia:**

De acuerdo con el artículo de Diego Rivera, ¿Qué es transmedia y Story Telling?. Este es un proceso narrativo basado en el fraccionamiento intencionado del contenido y su diseminación a través múltiples plataformas, soportes y canales (offline y online), con el fin de que cada medio cuente una parte específica y complementaria de la historia. De esta forma, la comprensión absoluta y el conocimiento profundo de la narración se obtienen cuando se recorren las múltiples plataformas, soportes y canales. Es un proceso que implica interacción por parte del usuario. Por un lado, porque él es quien decide qué recorrido efectuar y hasta dónde profundizar. Por otro, porque la naturaleza de las plataformas sociales (redes como

Facebook o Twitter), muy utilizadas en la comunicación transmedia pero no necesariamente obligatorias, favorecen la interacción de los usuarios con la narración e incluso la co-creación de contenidos, llegando a transformar la historia. (2012)

No existen receptores ni espectadores pasivos. Tampoco hay un único nivel de comprensión del contenido. No es una simple forma de contar una historia a través de múltiples plataformas. Implica una estrategia que va más allá, cuya intención es generar una experiencia al usuario, dándole protagonismo y llevándolo a la acción, con complicidad y libertad para actuar o integrarse en la narrativa, pilares básicos del engagement.

**Temáticas juveniles:** Debido a que el término “joven” puede ser usado de manera indiscriminada dependiendo del contexto, es importante delimitarlo para el propósito de la página. De acuerdo con la ley estatutaria de la ciudadanía juvenil, se definen tres conceptos claves:

**1. Joven:** Toda persona entre 14 y 28 años cumplidos en proceso de consolidación de su autonomía intelectual, física, moral, económica, social y cultural que hace parte de una comunidad política y en ese sentido ejerce su ciudadanía. (IDEM)

**2. Juventudes.** Segmento poblacional construido socioculturalmente y que alude a unas prácticas, relaciones, estéticas y características que se construyen y son atribuidas socialmente. Esta construcción se desarrolla de manera individual y colectiva por esta población, en relación con la sociedad. Es además un momento vital donde se están consolidando las capacidades físicas, intelectuales y morales. (IDEM)

**3. Juvenil.** Proceso subjetivo atravesado por la condición y el estilo de vida articulados a las construcciones sociales. Las realidades y experiencias juveniles son plurales, diversas y heterogéneas, de allí que las y los jóvenes no puedan ser comprendidos como entidades aisladas, individuales y descontextualizadas, sino como una construcción cuya subjetividad está siendo transformada por las dinámicas sociales, económicas y políticas de las sociedades y a cuyas sociedades también aportan (IDEM)

Ahora bien, con respecto a las temáticas que se piensa que serán más recurrentes, debido a la cotidianidad de los usuarios, algunas se pueden definir en el texto “Temas y problemas de los jóvenes colombianos al comenzar el siglo XXI” de Germán Muñoz González se explica cómo problemas de exclusión, falta de oportunidades, reproducción de la pobreza, las posibilidades

de trabajo, la recreación y posibilidades de expresión entre muchos otros, hacen parte de los temas más relevantes a la hora de hablar sobre la juventud colombiana.

## B. Fundación Metodológica

1 En primera instancia, se hará una investigación cuantitativa para efectos de obtener datos generales sobre jóvenes e internet; De este contexto social juvenil, se sacarán las principales temáticas para así crear la página bajo estos aspectos encontrados. Para la creación técnica de la página se trabajará en conjunto con al menos un desarrollador de páginas web y preferiblemente también un diseñador que tenga conocimientos sobre la creación de plataformas virtuales que sean atractivas. La idea sería hacer todo esto con los recursos disponibles en el Media Lab del centro ático. Por último, se realizarán estrategias de difusión de la página, haciendo campañas en diferentes colegios en Bogotá, y en algunas universidades para que vayan conociendo la página, de qué se tratará, como una especie de campaña de expectativa para que al momento que la página esté lista y funcione, no tarde tanto tiempo en conseguir usuarios. Además, se crearán redes sociales que apoyan y llevan a la gente a la página.

## 2. Cronograma. ¿Qué actividades desarrollará y en qué secuencia?

### CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	SEMANAS																		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
Desarrollar investigación	x																		
Terminar capítulos 1, 2		x	x	x	x														
Diseñar la página con sus funciones, diseño, entradas, etc.				x															

desarrollo de la pagina				x	x	x	x	x										
Hacer campaña de difusión de la pagina						x	x	x	x	x								
Terminar últimos capítulos (3 y 4)									x	x	x	x						
Hacer pruebas de funcionamiento de la página.												x						
Acumular contenido, hacer ajustes de la plataforma												x	x	x	x			
Informe final																	x	x

**Presupuesto:**

Los siguientes son los costos para realizar una plataforma Web, funcional, con un servidor de suficiente capacidad y que dure inicialmente un año:

**Costo plataforma:**

- Dominio: 30 USD al año.
- Servidor: 230 USD al año.

**Costo diseñador:**

- 2 millones de pesos por el diseño y creación de la página web.

**Bibliografía básica:**

Dematei, M., Ferer, A. Smith, C., y Piaggio, L. (2012) Cuentos de viejos. Recuperado de: <http://cuentosdeviejos.com/que-es-cuentos-de-viejos/>

Díaz-Noci, J, (2008) *La audiencia como autor: narrativas transmedia y propiedad intelectual del público. Algunas reflexiones.* Recuperado de: <https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/epi.2012.sep.03/17883PROB>

Echeverry, A (2011) *Narrativas digitales: el arte de la narración en la cibercultura*. Recuperado de: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/6485/tesis275.pdf?sequence=1> 17/08/2018.

Estudio J14 (2014) Estudio distrital de la juventud 2014, alcaldía de Bogotá. Recuperado de: [http://old.integracionsocial.gov.co/anexos/documentos/2\\_cdv/catalogo\\_2014/Estudio%20J%2014%202014.pdf](http://old.integracionsocial.gov.co/anexos/documentos/2_cdv/catalogo_2014/Estudio%20J%2014%202014.pdf)

Lloret N y Romero, F. (2008) *Nuevos escenarios, nuevas formas de expresión narrativa: La Web 2.0 y el lenguaje audiovisual* [en línea]. "Hipertext.net", núm. 6. Recuperado de: <https://www.upf.edu/hipertextnet/numero-6/lenguaje-audiovisual.html>

Ministerio TIC (2016) *Gracias a la apropiación de las TIC en Bogotá, los niños podrán crear, aprender y educarse*. Recuperado de: <https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-14546.html>

Miño, F (2015) *Los jóvenes y sus problemas*. Recuperado de: <http://www.lavoz.com.ar/loultimo>

Muñoz, G. (2003) *Temas y problemas de los jóvenes colombianos al comenzar el siglo XXI*. Recuperado de: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1692-715X2003000100006](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-715X2003000100006) 17/08/2018.

Palenzuela, Y (2018) *Participación social, juventudes y redes sociales virtuales: Rutas transitadas, rutas posibles*. Recuperado de: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/udecada/v26n48/0718-2236-udecada-26-48-00003.pdf> 17/08/2018

Rivera, D (2017) *¿Qué es transmedia y storytelling?*. Recuperado de: Diego Rivera <https://agencia.best/blog/transmedia-y-storytelling>



## Referencias:

Gómez, P (2012) *Narratopedia: experiencias de expresión colectiva en la web*.  
Recuperado de: <https://www.javeriana.edu.co/pesquisa/narratopedia-experiencias-de-expresion-colectiva-en-la-web/>

Wattpad (2014), <https://www.wattpad.com/about/>



## FORMATO **RESUMEN** DEL TRABAJO DE GRADO CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Este formato tiene por objeto recoger la información pertinente sobre los Trabajos de Grado que se presentan para sustentación, con el fin de contar con un material de consulta para profesores y estudiantes. Es indispensable que el resumen contemple el mayor número de datos posibles en forma clara y concisa.

### **I. FICHA TÉCNICA DEL TRABAJO**

**Título del Trabajo:** Diseño y desarrollo de una plataforma transmedia para los jóvenes en Bogotá, basada en relatos de la vida cotidiana para la creación de guiones de ficción

**Autor (es):** Nombres y Apellidos completos en orden alfabético)

Estefanía Gordillo D.I. 1026589144

Nombres y apellidos completos D.I. número.

Nombres y apellidos completos D.I. número.

Nombres y apellidos completos D.I. número.

Campo profesional: Audiovisual

**Asesor del Trabajo:** Carlos Obando

**Tema central:** Narración transmedia juvenil

**Palabras Claves:** Jóvenes, Bogotá, Relatos cotidianos, Escritura colaborativa, Narrativas transmedia

**Fecha de presentación:** 21/05/2019

**No. Páginas:** 100

## II. RESEÑA DEL TRABAJO DE GRADO

1. **Objetivos del trabajo:** Diseñar y desarrollar una plataforma virtual, transmedia, que sea funcional y permita consumir y producir diferentes narraciones de manera participativa, dividido en distintas categorías, bajo el tema en común de la juventud bogotana. Que, a su vez, pueda ser utilizada como inspiración para la creación de guiones de ficción inspirados en uno o más microrrelatos disponibles en la plataforma.

2. **Contenido:** Introducción, ¿Qué es ser joven? , Cultura transmedia y storytelling, diseño y funcionamiento de la plataforma, derechos de autor, resultados y conclusiones.

3. **Autores principales:** Los principales autores en los que se basa esta investigación son Henry Jenkins con textos como *Convergencia cultural, Cultura transmedia*, entre otros; Carlos Obando, *Perversiones digitales ciberactivismo y producción transmedia y cultura hacker Las narrativas transmedia en el escenario local-global*; la investigación realizada por los profesores Carlos Barreneche y Nestor Polo Alfabetismos, *Transmedia en Colombia: estrategias de aprendizaje informal en jóvenes gamers en contextos de precariedad*, entre otros.

4. **Conceptos Clave:** Narrativa transmedia, Jóvenes en Bogotá, Relatos cotidianos, Escritura colaborativa

5. **Proceso metodológico.** En primera instancia, se realizó una investigación cuantitativa para efectos de obtener datos generales sobre jóvenes e internet; De este contexto social juvenil, se sacarán las principales temáticas para así crear la página bajo estos aspectos encontrados. Adicionalmente busqué asesoría jurídica en la Dirección Nacional de Derechos de Autor, para el capítulo de derechos de autor. Ya para la creación técnica de la página, trabajé junto con un desarrollador de páginas web, por medio de asignación de tareas y revisión a través de la plataforma “trello”. Por último, realicé estrategias de difusión de la página, haciendo campañas en diferentes colegios públicos en Bogotá, y con colegas de la universidad, para que fueran conociendo la plataforma, y a su vez, cree redes sociales (Facebook e Instagram) como apoyo y medios que redirigieran al usuario a la plataforma.

6. **Resumen del trabajo:** Te Tengo Que Contar, es el resultado final de un trabajo de grado de comunicación social con énfasis en producción audiovisual. Es una plataforma virtual, colaborativa y transmedia, dedicada a los jóvenes bogotanos, que cree en el potencial narrativo de “simples” relatos cotidianos. Se creó con el objetivo de ser la fuente de inspiración de una

gran variedad de historias que están aún por contarse a través de un producto audiovisual. El concepto general de la plataforma es lograr reunir relatos de la vida diaria en un solo espacio, e ir más allá al dar la oportunidad de que estos puedan ser adaptados en guiones de ficción. Entonces, a lo largo del proyecto se desarrolla: Primero, una introducción que, entre otras cosas, explica las motivaciones para iniciar este proyecto, luego se realiza un contexto sobre los jóvenes en Bogotá, haciendo un barrido general con datos demográficos; adicionalmente, se explican conceptos clave como la cultura transmedia y storytelling; después se pasa a una descripción más detallada sobre cómo se diseñó y desarrolló la plataforma web; y, por último, una explicación general sobre el tema de derechos de autor en Colombia. Además de un capítulo de presentación de resultados y conclusiones donde se muestra con datos específicos la acogida que tuvo la plataforma y unas últimas propuestas sobre como este proyecto se puede seguir desarrollando a futuro.

### III. PRODUCCIONES TÉCNICAS O MULTIMEDIALES ANEXAS

Si su trabajo incluye algún tipo de producción, Indique sus características:

1. **Tipo de producto:** Plataforma web
2. **Cantidad y soporte:** Pagina web
3. **Duración en minutos del material audiovisual.** n/a
4. **Link:** [www.tetengoquecontar.com](http://www.tetengoquecontar.com)
5. **Descripción del contenido de material entregado:** Plataforma virtual

### Agradecimientos

Agradezco a mi asesor Carlos Obando por haberme apoyado y guiado para lograr desarrollar satisfactoriamente este proyecto, a mis compañeros de la universidad que me ayudaron a difundirlo y a compartir sus propios relatos, y lo más importante, a mis papás y mis hermanos que creyeron a mi desde un principio, y siempre estuvieron dispuestos a ayudarme.

## Tabla de contenido

<b>Introducción</b>	<b>24</b>
---------------------	-----------

---

*Cotidianidad juvenil convertida en ficción*

*Juventud Bogotana*

*Transmedia*

*Parte legal por la función de elaboración de guiones de ficción*

---

## **¿Qué es ser joven?**

**30**

*Joven*

*Juventudes*

*Juvenil*

*Contexto socio cultural*

*Jóvenes e Internet*

*Testimonios de creatividad ante la precariedad*

---

## **Cultura transmedia y storytelling**

**46**

*Origen del transmedia*

*Plataformas virtuales*

*Interactividad*

*Reticularidad*

*Hipertextualidad*

*Transmedia / narrativa transmedia*

*Características de la narrativa transmedia*

*Elementos necesarios para el diseño de una narrativa transmedia*

*Tipología de las narrativas transmedia*

---

## **Diseño y funcionamiento de la plataforma**

**62**

*Lenguajes de programación para la plataforma*

*Descripción general de la plataforma*

*Mapa de navegación*

---

## **Derechos de autor**

**70**

*Protección mínima que otorgar*

*Derechos de reproducción*

*Medidas cautelares*

<b>Resultados y conclusiones</b>	<b>76</b>
----------------------------------	-----------

---

*Dificultades / sugerencias de los usuarios para la plataforma*

*Resultados generales*

*Estadísticas*

*Conclusión*

<b>Referencias</b>	<b>87</b>
--------------------	-----------

---

<b>Anexos</b>	<b>90</b>
---------------	-----------

---

## INTRODUCCIÓN

¿Por qué decidí hacer una plataforma web como trabajo de grado y no más bien algo que supiera hacer tal vez mejor, como un documental/cortometraje/ o un guion. Una pregunta que me hice muchas veces durante este semestre y que tiene una respuesta realmente simple:

Me hubiera encantado que [www.tetengoquecontar.com](http://www.tetengoquecontar.com) ya existiera y que funcionara desde que entré a la universidad o incluso antes. Y ya. No pensé en que un proyecto como éste requiere un esfuerzo mayor al que había previsto y el haber decidido hacer un producto sobre el cual tenía poco o ningún conocimiento técnico. Pero seguí adelante porque entre más contaba mi idea a mis compañeros de clase, más motivación me daban al decirme que: 1) les encantaba la idea, no conocían algo parecido y 2) usarían la plataforma para desarrollar sus propios proyectos de escritura audiovisual.

Así que, como breve introducción a mi trabajo de tesis, quisiera empezar por el inicio, y es ¿cómo surgió la idea? Hubo dos momentos claves: el primero es que en realidad mi propuesta inicial para el trabajo de grado era escribir un guion de ficción para una serie de televisión juvenil. Tenía esta idea de hacer capítulos reflejando nuestra cotidianidad, historias que nos pasan a diario, generar identificación, etc. Pero al momento de sentarme a escribir, no tenía nada en concreto, más que un par de investigaciones que hice para mi clase de proyecto, en donde se definía a los jóvenes en general como rebeldes, incomprendidos, en etapa de desarrollo, en fin... nada muy actual.

El segundo momento que me hizo literalmente hacer “clic” fue que durante mi época como estudiante de primeros semestres, encontré una necesidad frente un obstáculo que todo estudiante del énfasis de audiovisual debe afrontar: ¿qué contar? Aprendemos mucho sobre técnica, sobre teoría, pero cuando llega ese primer corte en la clase de lenguajes audiovisuales en donde te piden que hagas un corto de 5 minutos sobre lo que quieras, la primera cosa que pensamos todos es; ¿sobre qué vamos a escribir este guion? ¿será interesante? ¿la gente se sentirá identificada? ¿de dónde sacamos historias? y mil preguntas más que terminaban sin respuesta. Esas dos poderosas razones me hicieron tomar la decisión de trabajar en Te Tengo Que Contar (#TTQC); [www.tetengoquecontar.com](http://www.tetengoquecontar.com)

Bogotá, mayo 15 de 2019

### **Cotidianidad juvenil convertida en ficción**

Te Tengo Que Contar (#TTQC), nace como una plataforma web para que los jóvenes de Bogotá cuenten sus relatos, historias o anécdotas que les ocurre en su diario vivir. La idea es que puedan compartir aquellas anécdotas que les parecieron divertidas, tristes, interesantes,



diferentes, y las compartan con otros jóvenes guionistas, que puedan usar estas historias para convertirlas en productos audiovisuales. Se trata, pues, de ser la fuente de inspiración de un montón de historias que están aún por contarse a través de un corto, una serie o webserie. Dicho de otra manera #TTQC es una plataforma transmedia y colaborativa que cree en el potencial narrativo que pueden tener ‘simples’ relatos cotidianos. Es un proyecto de escritura colaborativa en la que los jóvenes bogotanos podrán aportar sus historias del día a día, para así ir creando un banco de relatos, que a su vez puedan ser adaptadas por jóvenes realizadores audiovisuales, guionistas, escritores, etc, en guiones de ficción. Esa es la idea y ese el proyecto que presentamos en este trabajo de grado.

El objetivo de este proyecto es diseñar y desarrollar una plataforma transmedia colaborativa a partir de distintas categorías, que sea funcional y permita consumir y producir diferentes narraciones de manera participativa, bajo el tema en común de la juventud bogotana. El proyecto digital recopila microrrelatos que luego pueden ser utilizados para la creación de guiones de ficción.

Además, de hacer una investigación rigurosa sobre los antecedentes socio culturales y generales sobre la adolescencia en Bogotá, la cultura transmedia, el storytelling, los derechos de autor, el proyecto propuso un modelo colaborativo que permite la participación de estudiantes de la ciudad que co-ayudan a construir la plataforma.

La intención con la elaboración de esta plataforma es contribuir a la creación de espacios o plataformas de fácil acceso para el consumo, la creación y la producción de narrativas participativas dedicadas a los jóvenes, en donde estos puedan obtener algo positivo con el simple hecho de poner en palabras aquellas historias que viven en su diario vivir. Igualmente, es cierto que existe una gran falta de interés por parte de los jóvenes en participar activamente en la construcción de narrativas propias, por lo que es interesante lograr incentivar a los jóvenes para que se animen a asumir el rol de prosumidores y abandonen el consumo pasivo propio de los usuarios de la web. Diseñar un espacio pensado para ellos, motivándolos a participar con sus anécdotas y relatos de vida, proponer un consumo activo y generar participación al tener la opción de darle “me gusta” a aquellas historias que les ha gustado, es un parte de este proyecto digital e interactivo.

Como estudiante de Comunicación Social con énfasis en Producción Audiovisual, me enseñaron desde un principio que las mejores historias pueden salir de situaciones cotidianas, de titulares en el periódico, de conversaciones escuchadas en el transporte público, en la calle,

en la fila del supermercado, con el taxista después de una fiesta, ¡en fin! que las historias están ahí y solo hay que captarlas y escribirlas, hay que sacar provecho de ellas, de lo que ocurre a diario en la vida de los jóvenes, mirar como estas pequeños relatos que pasan desapercibidos pueden tener gran potencial narrativo.

## **¿Qué voy a investigar?**

### **- Juventud bogotana**

En rasgos generales, basaré la investigación en cuatro puntos: Primero, se tomarán datos e investigaciones realizadas por la Alcaldía de Bogotá y el DANE para realizar un contexto general sobre los jóvenes en Bogotá. Dentro de este marco también entrarían aspectos más específicos como sus usos y acceso a Internet, apoyándome en la información proporcionada por el Ministerio de TIC.

### **- Transmedia**

Se investigará, también, todo lo que lo que implica una plataforma virtual transmedia, es decir, el origen del transmedia, las características fundamentales de este formato, la interactividad con los usuarios como eje articulador de los contenidos transmediales y la hipertextualidad como característica de los proyectos digitales. Se hará, igualmente, un análisis sobre la narrativa transmedia, la escritura participativa y colaborativa entre productores y usuarios y las estrategias transmedia para expandir los contenidos publicados.

### **- Legalidad de la producción de contenidos**

También investigamos el tema de derechos de autor en Colombia, dado que esta plataforma propone un modelo de producción de contenidos en red y de forma abierta y colaborativa. Cómo sería el manejo de los derechos de autor dd lo producido en cuanto a reconocimiento, tomando como base *la Ley 1915, de 2018, sobre el Régimen Común sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos y el convenio de Berna*. Es importante tener claridad sobre este asunto, ya que la plataforma está pensada como un medio que provee de herramientas a los participantes para la creación de historias que luego serán utilizadas por otros usuarios

para la creación de guiones muchísimo más elaborados, pero teniendo en cuenta el crédito que se debe dar a la idea original.

### **¿Por qué una plataforma virtual para la creación y difusión de narrativas para los jóvenes?**

Se necesita buscar nuevas formas de crear y difundir narraciones acordes a los cambios culturales y tecnológicos que se han producido en los últimos tiempos. La decisión de crear una plataforma virtual que impulse la creación de narrativas participativas de los jóvenes es clave si se quiere estudiar la realidad juvenil, pues de esta manera se obtiene información efectiva en tiempo real de lo que sucede en sus vidas y de esta forma se logran productos audiovisuales muy interesantes y potencialmente atractivos para los guionistas ávidos siempre de buenas historias por escribir.

#### **El público objetivo**

El público objetivo de #TTQC son los jóvenes entre los 14 y los 25 años por diferentes motivos: El más sencillo es porque es desde donde me siento cómoda actuando, es la realidad que mejor conozco, además da pie para crear universos dramáticos muy llamativos para guiones de ficción (de hecho es por esto que en un principio quería hacer un guion para una “serie teen”) pues he podido ver como las teen series tienen mucha fuerza, no solo porque crean ambientes interesantes, mezclando géneros como los thrillers o comedias con temáticas adolescentes, sino porque muestran realidades que viven los jóvenes, que se sienten identificados y se sumergen en el universo de lo que estas historias cuentan.

Adicionalmente, los jóvenes son un grupo poblacional bastante grande tanto en Colombia como en Bogotá, que de acuerdo con las estadísticas irán en aumento a futuro, y hacen parte de la tercera parte de la población colombiana. Por otra parte, la plataforma virtual ayuda a darle voz a una generación que se encuentra más cómoda expresándose por plataformas virtuales. La importancia de tener un espacio virtual, con un “banco de historias” disponible para otros jóvenes, puede resultar muy útil y beneficioso tanto para los creadores de los micro relatos como para los jóvenes guionistas, e incluso, para los que son espectadores y buscan simplemente entretenerse leyendo contenido real con el cual se identifican.

## Referentes estudiados

Se han realizado diversas investigaciones que dan cuenta del rápido crecimiento de Internet y su uso frecuente por la sociedad actual. es claro que este medio ha logrado una nueva forma de entretenimiento y formas de narrar con características propias. Las plataformas virtuales facilitan e impulsan la creación de contenido audiovisual, el cual aprovecha los beneficios del internet para acortar las barreras del tiempo y el espacio y se potencia la capacidad de difusión. Esto es muy útil a la hora de crear foros, blogs u otro tipo de páginas que se sostienen gracias a la participación colectiva de usuarios, tal como es el caso del proyecto “Narratopedia”, una experiencia creada por un grupo interdisciplinario conformado por un pedagogo, un comunicador, un ingeniero y un investigador de la cibercultura, liderada por Jaime Alejandro Rodríguez, literato y profesor de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá.

Esta tiene como objetivo poner en funcionamiento las herramientas necesarias para propiciar la creación colectiva en el campo de la narración, sacando provecho de las posibilidades que ofrece la web. “La obra literaria se califica por su cierre; las obras de la cibercultura son metamórficas, en ellas lo que se examina es el proceso. También son fluidas y nunca se cierran definitivamente, y son obras-acontecimiento, es decir, que convocan a la comunidad a que se involucre. Observar y potenciar ese proceso fue uno de los objetivos al crear Narratopedia” Rodríguez (como se citó en Gómez, 2012).

También está el ejemplo del uso de YouTube para difundir productos creados de manera participativa por los bogotanos, como es la página de [www.mihistoriasobreruedas.com](http://www.mihistoriasobreruedas.com), e incluso, es válida también la creación de páginas en redes sociales como Facebook e Instagram como “confesiones javerianas” donde los estudiantes comparten anécdotas, historias de vida, etc, de manera anónima.

Adicionalmente, están otros referentes ya de carácter universal y que evidencian el éxito de la creación de este tipo de plataformas tales como *Whattpad*, la cual es una comunidad global, formada por más de 65 millones de personas. Esta plataforma propone escribir historias y las convierte en una experiencia social de creación y descubrimiento permanente. Y ha sido en espacios como estos de donde han surgidos autores “best seller” como es el caso de la escritora

estadounidense, Anna Todd, conocida por su obra escrita *After*, que tuvo como inicio una pasión por la banda “One Direction”, en esta plataforma.

Otro referente útil de una plataforma transmedia es “Cuentos de viejos”, la idea de este proyecto es crear documentales colaborativos transmedia, desarrollado por Marcelo Dematei, Carlos Smith, Laura Piaggio y Anna Ferrer. En sus propias palabras el objetivo de ellos es que “con experiencia, esperamos alentar el diálogo intergeneracional, dar voz a los mayores, integrar sus relatos a los medios contemporáneos y así, reflexionar acerca de nuestra historia y nuestra memoria” (Dematei, Smith, Piaggio, 2019).

## **CAPÍTULO 1.**

### **¿QUÉ ES SER JOVEN?**

Como ya dijimos, este proyecto tiene como público objetivo a los jóvenes bogotanos, por lo cual es preciso conocer su contexto, no sin antes preguntarse, ¿qué significa ser joven? La primera y más obvia respuesta tendría que ver con la edad. Algunos dirían que es una etapa de la vida, un período de permisividad, de liberación, también de responsabilidades, de maduración mental y física, etc. Este es un término bastante ambiguo, y aunque la juventud siga algunos parámetros similares alrededor del mundo, es muy importante aclarar que esta no ocurre de manera homogénea para todos los que hacen parte de la categoría de “joven”, pues, así como lo expresan Mario Margulis y Marcelo Urresti en su texto *La construcción social de la condición de juventud*:

“Hay distintas maneras de ser joven en el marco de la intensa heterogeneidad que se observa en el plano económico, social y cultural. No existe una única juventud: en la ciudad moderna las juventudes son múltiples, variando en relación con características de clase, el lugar donde viven y la generación a que pertenecen y, además, la diversidad, el pluralismo, el estallido cultural de los últimos años se manifiestan privilegiadamente entre los jóvenes que ofrecen un panorama sumamente variado y móvil que abarca sus comportamientos, referencias identitarias, lenguajes y formas de sociabilidad” (1998).

Margulis y Urresti también los llaman “nativos del presente” pues estos son el resultado de una multiculturalidad que es temporal, y que depende de la época, de los cambios que se den dentro de ésta. Se distinguen por sus diferencias cognoscitivas, culturales, es decir, formas de ver y percibir el mismo entorno en el que interactúan con otros grupos sociales. Y cada generación de jóvenes tiene sensibilidades y maneras de expresarse propias de su época y contexto.

Por otra parte, de acuerdo con la ley estatutaria 1885 de 2018 del Congreso de la República de Colombia, los jóvenes se definen de la siguiente manera:

### **1. Joven**

Toda persona entre 14 y 28 años cumplidos en proceso de consolidación de su autonomía intelectual, física, moral, económica, social y cultural que hace parte de una comunidad política y en ese sentido ejerce su ciudadanía.

Es necesario aclarar que esta distinción de edades es la que se hace en nuestra sociedad colombiana. Sin embargo, este rango no es una camisa de fuerza para definir al joven en cuanto

a edad. Por ejemplo, la Organización Mundial de la Salud define a los adultos jóvenes como cualquier persona entre los rangos de 10 a los 24 años de edad. Para otros contextos se determina a los jóvenes teniendo en cuenta otros factores biológicos, como la pubertad, o el ciclo de maduración física. Además, también son distinguidos en términos más amplios que abarcan el terreno psicológico, social y moral, así como los aspectos estrictamente físicos de la maduración. En estas sociedades, el término adolescencia generalmente se refiere al período entre los 12 y los 20 años, lo que comúnmente se conoce como “teens” (Enciclopedia Británica, 2018).

Adicionalmente, es interesante ver el énfasis que hace la ley colombiana al momento de concebir a los jóvenes desde un ámbito definido no solo desde la edad y la autonomía (que es lo más recurrente al preguntarse por este término), sino con una connotación política, en donde el joven tiene que hacer parte de un colectivo dentro del cual tiene derechos y deberes como ciudadanos.

## **2. Juventudes**

Segmento poblacional construido socioculturalmente y que alude a unas prácticas, relaciones, estéticas y características que se construyen y son atribuidas socialmente. Esta construcción se desarrolla de manera individual y colectiva por esta población, en relación con la sociedad. Es además un momento vital donde se están consolidando las capacidades físicas, intelectuales y morales.

Esta definición abarca de manera general el significado de juventudes. Ahora bien, como mencioné anteriormente, este no es un proceso cerrado, homogéneo. Y por esto, es clave entrar un poco en detalle cómo y cuáles son estas construcciones sociales que están en constante cambio y definen a este segmento de la población colombiana. Al respecto, el sociólogo, investigador de la línea sobre jóvenes y culturas juveniles, Fernando Quintero Tobón describió de manera un poco más precisa la producción de las condiciones de juventud en Colombia, a partir de un conciso pero pertinente barrido histórico. Pues, es de vital importancia comprender cómo el entorno, no solo social y cultural, pero en general del país, afecta directa o indirectamente estas relaciones sociales, prácticas, características, etc, de las que se habla en la definición anterior sobre juventudes. Así a grandes rasgos, Quintero menciona periodos

significativos durante la segunda mitad del siglo XX, que dieron pie para cambios estructurales y, por ende, la obligación de una adaptación por parte de las condiciones juveniles.

Desde la década de los cincuenta, cuando Colombia pasa por una serie de reformas para empezar el proceso de modernización política y económica, para así intentar estar al nivel, ya muy avanzado de otros países, en términos de industrialización. Esto, explica Quintero, obligó a que se empezaran a desarrollar más centros urbanos, lo cual, necesariamente, hace que la población de alguna forma se tenga que ajustar también a estos cambios y adopte modos de vida más urbanos, industrializados. Esto se traduce en hábitos tan cotidianos como empezar a cambiar costumbres rurales, y, además, reproducir retorcidas más enfocados a mantener este bienestar, concentrándose, por ejemplo, en el rol del joven como estudiante y “futuro del país”. Esta última frase me hace pensar también en la fuerte dualidad que existe y siempre ha existido al momento de definir juventud. Parece estar siempre vista como un recurso útil para el futuro o, por el contrario, la juventud como “problema”.

Hoy en día, es claro que lo que se conoce como juventud no es lo mismo que 10 años atrás, para no irse muy lejos. “Todos los países y regiones en vías de desarrollo que se encuentran inmersos en procesos de modernización económica y social están más o menos obligados a desarrollar una "juventud modernizada" (Benedit, pág. 33, 2004). Colombia es un país que hoy está aún más “abierto” en términos de mercado y medidas de integración. Y esto necesariamente reajusta los diferentes modelos de juventud, los cuales son el resultado de una suma total de costumbres, moldeadas por el contexto del momento y del lugar en el que nos encontramos.

### **3. Juvenil.**

Proceso subjetivo atravesado por la condición y el estilo de vida articulados a las construcciones sociales. Las realidades y experiencias juveniles son plurales, diversas y heterogéneas, de allí que las y los jóvenes no puedan ser comprendidos como entidades aisladas, individuales y descontextualizadas, sino como una construcción cuya subjetividad está siendo transformada por las dinámicas sociales, económicas y políticas de las sociedades y a cuyas sociedades también aportan.



Ahora bien, no todos los jóvenes son necesariamente juveniles en términos del estilo de vida generado y reproducido por los medios e industrias generadoras de signos culturales, “No todos los jóvenes poseen el cuerpo legítimo, el look juvenil; esto es patrimonio, principalmente, de los jóvenes de ciertos sectores sociales que tienen acceso a consumos valorados y costosos en el terreno de la vestimenta, de los códigos del cuerpo o en los del habla. Ello ha dado lugar a cierto empobrecimiento en algunos usos de la noción de juventud, que, al ser influidos por el auge de la juvenilización en el mercado de los signos, llevan a confundir la condición de juventud con el signo juventud, convirtiendo tal condición, que depende de diferentes variables, en atributo de un reducido sector social” (Marguilis y Urresti, 1998, pág.3)

Entonces, para efectos de esta investigación se tendrá en cuenta la condición de joven en cuanto a un rango de edad específico (de los 14 a los 25 años) que viva en Bogotá, sin hacer discriminación de sexo, nivel de educación, estrato y condiciones sociales. Es decir, la idea es tener que los usuarios de este proyecto sean individuos que estén pasando por la etapa de la adolescencia en el sentido formal de la palabra, ya sea que estén asistiendo al colegio, la universidad o incluso aquellos que no tengan una educación formal en el momento teniendo en cuenta además todas estas diferencias culturales que posean.

### **Contexto socio cultural de los jóvenes en Bogotá**

La alcaldía de Bogotá en el año 2014 decidió realizar un estudio muy detallado sobre la juventud en la ciudad, ya que, de acuerdo con ellos, “no es posible hablar de una ciudadanía homogénea. Hoy se habla de ciudadanías, de diversas formas de ser, de actuar y de apropiar la ciudad, que complejizan las relaciones sociales y por ende las relaciones con el Estado. En este contexto es menester desde la *Bogotá Humana* preguntar por el lugar que ocupa la juventud en el ejercicio de estas nuevas ciudadanías” (2014). La actual alcaldía también presentó un informe de *política pública de juventud del distrito* donde, de acuerdo con proyecciones poblacionales de la Secretaría Distrital de Planeación, en Bogotá habitan 1.950.000 jóvenes que representan el 24% de la población total en Colombia. Del total de jóvenes que habitan en la capital, 50,7% son hombres y 49,3% son mujeres (2017).

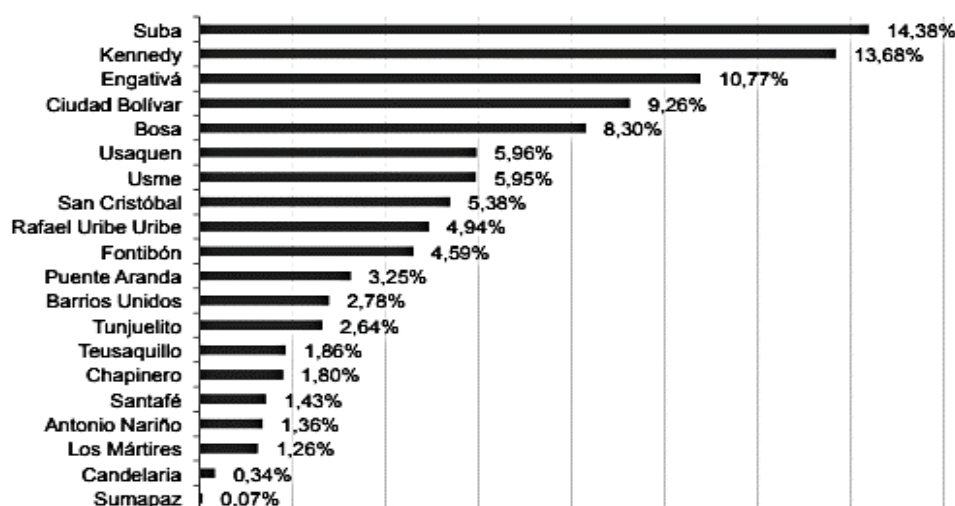
Esta cifra nos muestra un dato interesante, pues no era la misma años atrás, donde normalmente la población femenina ocupaba un mayor porcentaje que la masculina. Ante este cambio reciente, se puede llegar a pensar que los cambios políticos que ha vivido y sigue viendo

el país, en cuanto a los acuerdos de paz y la lucha para disminuir la guerra (que es claro que siempre será un tema de nunca acabar, pero por lo menos se han logrado grandes avances), tenga algo que ver con el aumento estable reciente de los hombres en la ciudad.

Ahora bien, para propósitos de enriquecer de una manera más rigurosa, decidí utilizar principalmente el informe presentado por la alcaldía anterior, ya que esta le da gran importancia a este grupo poblacional y de los procesos que lo atraviesan. La alcaldía de la *Bogotá Humana* hace este estudio exhaustivo, el cual servirá de apoyo para trazarnos un panorama más amplio sobre las condiciones de la juventud bogotana y estos son algunos de los resultados que considero más pertinentes para la investigación:

En cuanto a aspectos más generales, en términos cuantitativos de la población juvenil en Bogotá, se encontró en los datos dados por el DANE que la mayoría de los jóvenes están concentrados en 5 localidades: Suba, Kennedy, Engativá, Ciudad Bolívar y Bosa. Acumulando un total del 56.40 % de la población joven. No existe una razón en específica del por qué se da distribución en específico, más que por temas de espacio. Estas son algunas de las localidades más grandes de Bogotá, y, por ende, es solo lógico que albergue la mayor cantidad de población joven. Por el contrario, las 5 localidades con menor porcentaje de jóvenes (6.25 %) son: Sumapaz, La Candelaria, Los Mártires, Antonio Nariño, Santa Fe y Chapinero. A continuación, se puede observar una gráfica de las proyecciones poblacionales del DANE discriminada por localidades.

**Gráfica 1. Proyecciones poblacionales**



Fuente: SDP – DANE (2005-2020)

Por otra parte, se estudiaron temas más específicos frente al estado de la juventud en Bogotá, por medio de encuestas realizadas por el estudio distrital de la juventud. Se aplicaron en total 13.453 encuestas haciendo una distinción entre localidades, cinco grupos de edad (a partir de los 13 años), niveles socioeconómicos y sexo. De esta forma, es posible apreciar con mayor amplitud la diversidad cultural de la juventud bogotana, analizando aspectos como la educación, el trabajo, la salud, los hábitos recreativos, entre otros.

Con respecto a la educación, Bogotá no parece ‘estar tan mal’. Es claro que no es perfecta, y más si se tienen en cuenta todos los problemas que están saliendo a la luz con el cambio de administración y la distribución de recursos para la educación pública; la cual ha sido una lucha constante, no solo de hoy, si no de varios años ya, solo que se ha venido visibilizando más gracias a las pronunciaciones hechas por los estudiantes con los paros.

Pero en términos generales, según el informe del 2017 de la alcaldía de *Bogotá mejor para todos*, la ciudad tiene una tasa de alfabetización del 99,5%; lo cual quiere decir que aún quedan 10.750 jóvenes que no saben leer ni escribir. Ahora, en cuanto a educación superior y universidad, la encuesta reveló que casi la mitad del total de la población joven (49%) asiste o recibe algún tipo de educación formal. También es importante mencionar que según la EBC el 68,3% de los jóvenes afirmaron haber cursado la mayor parte de sus estudios en instituciones de carácter público (EBC, 2013). El tema de la educación es una situación inestable se podría decir, para una gran parte de los jóvenes. Al preguntarles los motivos que tienen para no estudiar o al menos para no poder continuar, la mayoría contestó que tiene que ver con la necesidad de encontrar un trabajo, seguido de los altos costos administrativos para recibir acceso a una educación. Aunque también dentro de las razones dadas, algunos consideran que su periodo estudiantil ya terminó, y no necesitan estudiar.

Tomé la decisión de no tener en cuenta la diferenciación por sexo al momento de revisar estas encuestas, para la mayoría de los datos obtenidos, las diferencias entre hombres y mujeres eran más en términos cuantitativos, pero para este punto, me pareció interesante nombrar las diferencias en cuanto al tipo de problemas que deben afrontar las mujeres con respecto a los hombres al momento de estudiar, pues, mientras que el problema principal de los hombres tiene que ver con aspectos económicos, para las mujeres se presenta una serie de aspectos asociados con la maternidad, tales como el cuidado de los hijos y el embarazo. Aunque esta investigación no tendrá un enfoque de género, es necesario tener en cuenta las diferencias

latentes en nuestra sociedad, que afectan directamente a la juventud, no solo al indagar por los motivos para no estudiar, sino que se observa que estos mismos problemas de género se presentan al momento de buscar trabajo, pues, de nuevo, se ven obligadas a asumir un rol maternal, cuidar de otros miembros de su familia, o situaciones similares.

El siguiente punto en la investigación realizada por la alcaldía de la *Bogotá humana*, fue el tema del trabajo y desempleo en los jóvenes. Casi el 20% de ellos afirmaron que viven en hogares en los que el ingreso no alcanza para cubrir los gastos mínimos, esta es una cifra importante si se piensa que son 382.434 jóvenes los que tienen que empezar a preocuparse por encontrar maneras de hacerle frente a problemas que comúnmente asociamos como problemas de “adultos”. La tasa de desempleo ha variado mucho, pero para el momento de la encuesta, el 16% se encontraba desempleado. Esta es una dura realidad, que hace reflexionar sobre los roles que deben asumir los jóvenes, desde muy temprana edad, donde asumen grandes responsabilidades que por el contrario muchos otros jóvenes de la ciudad ni siquiera consideran todavía. Como el hecho de tener que buscar un sustento económico para suplir necesidades básicas, mantener a otros miembros de la familia, pagar sus propios estudios e incluso luchar por su derecho a estudiar y recibir una educación superior de calidad.

Con respecto al estado de la salud de los jóvenes en Bogotá, aunque la gran mayoría está afiliado a un sistema de salud, todavía queda un gran porcentaje de jóvenes sin afiliación (227.000). El asma y las alergias crónicas son las enfermedades más comunes, probablemente debido a las condiciones ambientales de Bogotá. Luego la tercera enfermedad que representa un gran problema son los trastornos mentales. Este es un punto que vale la pena mencionar y es que es común que para nuestra sociedad no solo bogotana sino colombiana, muchas veces no se tenga en cuenta o no se hable tanto, sobre estos trastornos como una enfermedad real, es decir, todavía muchos no conciben que las enfermedades también pueden ser mentales. Las cifras revelan un panorama cada vez más común entre los jóvenes, si, las enfermedades respiratorias ocupan los primeros lugares, pero como mencioné antes esto tiene más que ver con el elevado nivel de polución en Bogotá. Pero el hecho de que el tercer lugar lo ocupan los trastornos mentales deja bastante para pensar con respecto a la situación psicológica de los jóvenes. Muchos de los cuales ni siquiera piensan que estos problemas son un tema que se debe tratar formalmente, y que lo viven no solo ellos, sino muchos más de sus pares.

Adicionalmente, los embarazos no planificados van cada vez más en aumento, y 66,9% de las mujeres embarazadas en Bogotá tienen entre los 15 y los 18 años. Cuando se hace una

revisión por localidad, se tiene que Ciudad Bolívar, San Cristóbal, Sumapaz, Los Mártires, Usme y Bosa, cinco de las localidades con mayores problemas socioeconómicos, encabezan la lista de mujeres embarazadas, otro dato interesante, es que muchas de ellas temen comentarle a su pareja, por ejemplo, se encuentra que en Suba el 47,9% de las mujeres jóvenes tienen dificultades para hablar sobre el tema. Además, más de la mitad de las mujeres entrevistadas expresaron una falta de educación sexual y casi el 10% de las mujeres todavía no conocen el período fértil.

Finalmente, las respuestas frente a temas de diversidad sexual y aborto fueron en su mayoría conservadoras y además se mostró un grave desconocimiento en temas como la legislación sobre el aborto, y sobre las características generales del VIH SIDA. La encuesta muestra los grandes vacíos que aún existen en cuanto a educación sexual. Por ejemplo, el 18% no sabe que el aborto no es un delito si el embarazo pone en peligro la vida de la joven, 16,2% no sabe que el aborto no es un delito si existe malformación grave del feto, 14,6% de ellas no sabe que el aborto no es un delito si la mujer es violada.

Y aunque frente a este tema se ha empezado a hablar más, en los medios, gracias a las movimientos a nivel mundial como el caso del pañuelo verde en Argentina, los datos recogidos muestran todavía una visión “conservadora” se podría decir, al momento de hablar sobre temas no solo del aborto, sino de sexualidad en general, pues el 88% de las mujeres encuestadas no estaban de acuerdo con la legalización del aborto fuera de las 3 causas previamente mencionadas, y con respecto a la libertad sexual, la EDDS (Encuesta Distrital de Demografía y Salud) presenta una serie de datos interesantes sobre la percepción de las jóvenes frente a la homosexualidad y las enfermedades de transmisión sexual: En cuanto a la adopción por parte de parejas homosexuales, la mayoría de las jóvenes de la ciudad (70,6%) está en desacuerdo. La candelaria es la localidad con más población a favor de la adopción (50%) y Kennedy la localidad con menos porcentaje de población a favor (21%). El 39,2% de mujeres jóvenes que creen que los homosexuales tienen SIDA, y un 27,74% considera que a un profesor con SIDA no debe permitírsele dar clases.

Estos datos son muy reveladores y pueden tomar por sorpresa a más de uno. Pues hoy en día, las redes sociales son el canal de comunicación donde este tipo de temas se tratan constantemente, pero aquí sucede un fenómeno que ha ido ocurriendo en los últimos años, y es que es bastante común que las personas con una ideología más liberal hagan más “ruido” en

las redes para expresar su opinión y es por esto que se piensa que la mayoría de los jóvenes tienen un pensamiento más abierto que los adultos frente a este tipo de temas. Claramente las personas con ideologías más conservadoras también expresan su punto en las redes sociales, pero no son tantos, pues muchos prefieren mantener su pensamiento en privado, y es aquí cuando ocurren hechos que sorprenden a muchos que, durante momentos de campaña, por ejemplo, vieron más apoyo en las redes por ideologías diferentes a las que terminan ganando en las urnas. Lo mismo ocurre con estas encuestas, las cuales dejan ver una forma de pensamiento un poco diferente a la que comúnmente se pensaría que tendrían los jóvenes.

Adicionalmente, es importante también revisar cuales son las causas de lesiones fatales y no fatales más frecuentes, ya que esto también nos da un panorama más puntual sobre las condiciones de vida de algunos jóvenes, en donde la violencia intrafamiliar juega un gran papel, y es pan de cada día para la mayoría. Claro, existen varios grados de violencia, pero la más común es la que ocurre entre conocidos. Un informe realizado por medicina Legal encontró que 835 jóvenes han sido víctimas de esta situación, donde 564 son mujeres y 271 son hombres entre los 15 y 17 años. En lo que respecta a las lesiones fatales, se tiene que para 2012 el evento más recurrente era el homicidio, seguido de los accidentes de tránsito, y suicidios.

En resumen, los datos obtenidos por diferentes organizaciones como el DANE, la alcaldía, la EDDS, medicina legal, entre otros, son reveladores y pertinentes para obtener un panorama general sobre la situación socio económica de los jóvenes en Bogotá, y dan muchas pistas frente a cómo acercarse a las temáticas juveniles, que sean contemporáneas a la realidad bogotana. No solo es práctico para conocer las localidades en donde se debe empezar a hacer un trabajo de investigación más profundo, actividades de activación y reconocimiento, al ser las que albergan un mayor número de jóvenes, sino que también muestran los matices de la multiculturalidad juvenil, cuáles son los problemas que afrontan día a día, sus opiniones y razones frente a una gran diversidad de temas. De aquí pueden salir puntos clave al momento de decidir relatar la realidad juvenil, aunque es claro que estas son cifras, números, y no cuentan en un 100% la cotidianidad de los jóvenes.

### **Jóvenes e Internet**

Para efectos de esta investigación era importante relacionar los jóvenes con este nuevo medio de Internet. Así, jóvenes e Internet, dos términos que suelen correlacionarse por el frecuente uso de este por parte de una generación, una generación conocida como

“millennials”. Pero ¿quiénes son los millennials? la mayoría de las fuentes, coinciden en una cosa: son jóvenes nacidos a partir de los 80. **Marcados por una era digital, hiperconectada y comúnmente asociados por sus mejores habilidades con las nuevas tecnologías.** Todo esto y más, los hace **diferentes a generaciones pasadas.** De acuerdo con el Instituto Internacional Español de Marketing Digital,

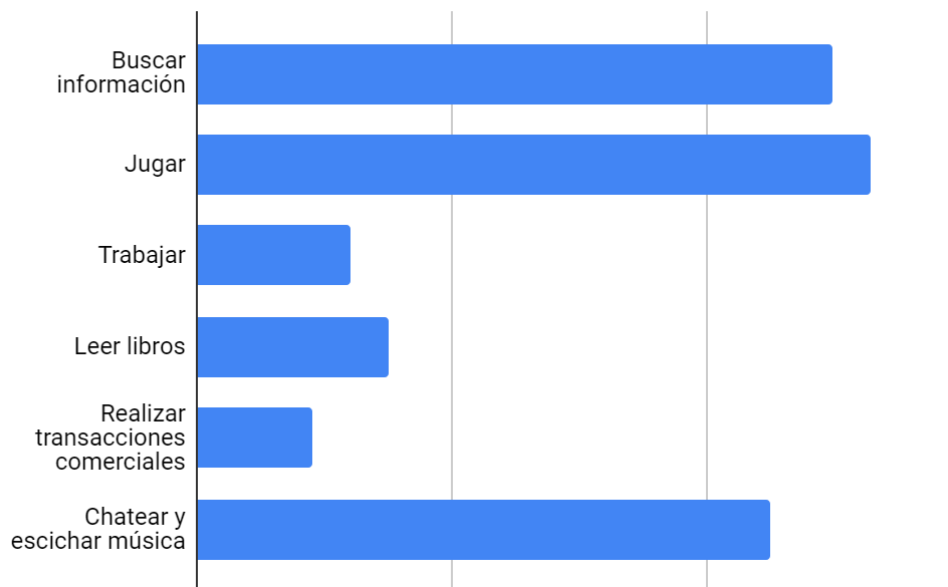
Los millennials están innovando dado el auge de las tecnologías de Internet y el uso del Marketing Digital. Las innovaciones de los Millennials están fundamentadas en que poseen características que los hacen únicos: la tecnología, es una herramienta natural para estos jóvenes en su día a día, el internet, el dispositivo móvil, los medios sociales son su forma de vida (IIEMD, 2018).

Ahora bien, en cuanto al caso de Colombia, y que tan cierto es que todos los jóvenes hacen de Internet una herramienta fundamental para su vida, tal cual dictaría que debería ser para un millennial, esta no es la realidad para el 100% de la población colombiana. De acuerdo con el estudio de la alcaldía que cité en las páginas anteriores, casi la mitad de la población juvenil afirma tener conectividad. Esta es una cifra relativamente baja, siendo exactamente esta la tasa de jóvenes que tienen computador en su hogar.

El tipo de uso más frecuente de internet se registra para buscar información (50.1%) y, el más bajo, para realizar transacciones comerciales (9.8%) y bancarias (8.9%). El mayor tipo de uso se registra en la población más joven (13 a 17 años) y es para estudiar o hacer tareas, seguido de cerca para servirse de éste para chatear y participar en redes sociales y para escuchar música. En este grupo de población el uso de internet es mucho mayor para jugar (53.9%) que para leer libros (15.5%) o para trabajar (12.6%)”. (EBC, 2013), aunque por otro lado la cantidad de jóvenes que tienen teléfono celular asciende a 1`602.938, un 81,58% de la población total (2014).

## **Gráfica 2. Tipos de usos frecuentes de Internet**

## Tipos de usos frecuentes de Internet



*Fuente: Estudio Alcaldía (2014) reelaborada por la investigadora*

Este estudio es útil en cuanto a que ayuda a dar un panorama más exacto sobre las cifras y porcentajes, pero es necesario conocer un poco más sobre la realidad de todos los tipos de “millennials” no sólo los que nacieron en una clase social “favorecida” en cuanto a recursos económicos. Es por esto que el estudio de los profesores Carlos Barreneche y Nestor David Polo de la Pontificia Universidad Javeriana, *Alfabetismos Transmedia en Colombia: estrategias de aprendizaje informal en jóvenes gamers en contextos de precariedad*, el cual, se dedicó principalmente a realizar un ejercicio de observación con estudiantes de colegios públicos en Bogotá, enfocados en el **desarrollo de estrategias a partir de la cultura participativa del videojuego**. Dentro de muchas cosas que este estudio mostró, dejó ver cómo en medio de la **precariedad de recursos, los jóvenes se adaptan con lo que su entorno les permite**.

“Los jóvenes se están desarrollando fuera de la escuela, en el uso cotidiano de las tecnologías, entendiéndose como **sujetos insertos en un entorno cada vez más marcado por la presencia de una cultura convergente de dispositivos, plataformas y narraciones** (Jenkins, 2010)”

Esta cita menciona un fenómeno que cada vez se está dando más en nuestra sociedad. Los jóvenes están desarrollando **“competencias específicas derivadas de estrategias transmediales, entendidas como una serie de habilidades relacionadas con la producción mediática y consumo** (Jenkins, Clinton, Purushotma, Robison, & Weigel, 2006). Y aunque es cierto que los colegios y el gobierno han hecho un esfuerzo por implementar nuevas tecnologías



en el aula de clase, la mayoría aprende de manera empírica a darle uso a estos medios tecnológicos, y estos conocimientos no provienen necesariamente del aula de clases.

El estudio consistió en un cuestionario, aplicado a 245 estudiantes (escuela 1 = 144; escuela 2 = 101) según dos rangos de edad (12 a 14; 15 a 18 años). Y demostró cómo los jóvenes han desarrollado una especie de competencias transmedia, como lo explican los autores, al lograr concebir, planificar, producir, editar, y reapropiar contenidos desde diferentes plataformas y lenguajes. Además de lograr administrar y gestionar contenidos de diferentes plataformas (selección, descarga, organización, difusión); administrar recursos, tiempo, emociones y la propia identidad. Los jóvenes, según demostró el estudio, están también desarrollando habilidades de comunicación, liderazgo, producción e interpretación colectiva de relatos y nuevas narrativas. Claro, al ser el uso de videojuegos el enfoque de este trabajo, la reconstrucción de mundos narrativos transmedia, y nuevas estructuras tuvieron también protagonismo.

Pero, esta evolución en las habilidades de “administración social” no solo se da por medio de un videojuego. Pues considero que en general, al ser una generación que se acostumbró a manifestarse y compartir por medio de las nuevas tecnologías, es que han logrado cultivar estas habilidades, que sí, puede que la mayoría existieran desde mucho antes de la web, pero que hoy en día las vemos mucho más potencializadas desde temprana edad.

Estas competencias se desarrollan en un entorno de cultura participativa, en la cual el individuo se expresa y comparte sus creaciones (con un sentido de contribución); tienen cierto grado de conexión social y pasan por un tipo de aprendizaje informal, ya que el conocimiento es transmitido entre ellos (Jenkins, 2006).

Y esta forma cotidiana de transmitir este tipo de conocimientos de la que habla Jenkins, muestra una característica fundamental de las TIC en nuestra cultura, pues como señalan los autores, al citar a Hartley (2009), “se trata de ambientes en los que la tecnología está tan instalada en la cultura que pierde su carácter de novedad y se vuelve un elemento “natural” del entorno: los jóvenes evidentemente no ven a los computadores como tecnologías. Es como si hubieran desarrollado la habilidad innata de enviar mensajes de texto, usar un iPod, jugar y realizar múltiples tareas en diversas plataformas” (Barreneche, Polo, pág 4, 2018).

Ahora bien, estas habilidades “naturales” no siempre están completas, y ocurren en un ambiente donde cierto tipo de jóvenes poseen las mismas condiciones que el resto. Los autores las llaman “competencias mutantes” que, como su nombre indica, cambian según el contexto del joven. El texto habla mucho sobre las situaciones de desigualdad y limitaciones que atraviesan estas dinámicas. “La visibilidad que plantea lo digital coexiste con una precariedad de la vida real derivada de sus propias condiciones socioculturales, que al encontrarse dan formas particulares de lo transmedia” (pág.18, 2018). Aun así, el estudio demuestra que los jóvenes de hoy en día no se dejan limitar por su contexto, que son recursivos, aunque hay que admitir que son mucho menos los que se animan producir contenido que consumirlo. Esto fue lo que se demostró después de aplicar el cuestionario, y realizar una serie de entrevistas entre los estudiantes. Ya en un panorama más general sobre el acceso a medios digitales dentro de los hogares de estos estudiantes de colegios públicos, se reveló que: el 99% de ellos tienen un televisor, le sigue un celular con el 87%, computador de escritorio con el 60%, portátil con el 53%, cámaras de video con el 42.8% y consolas de videojuegos (2018).

Además, es interesante ver cómo las cifras oficiales del TIC muestran un panorama bastante esperanzador en cuanto al acceso a internet de los colombianos. Pues según un artículo publicado por el MINTIC, “Colombia es el país líder en América Latina en cuanto a Internet libre y rápido” (2015). Libre en cuanto a que no tiene casi restricciones de navegación para los usuarios comparado con otros países, y rápido porque además de tener el segundo internet móvil más rápido de la región, ocupa el primer lugar entre los países de la Alianza del Pacífico en velocidad de descarga. Y sigue mejorando, pues según el informe de Internet Society, citado por el artículo del MINTIC, “hoy 100% del país tiene conectividad 3G y más del 50% de la población tiene acceso a Internet, pese a las dificultades geográficas y planes de ordenamiento territorial para el despliegue de infraestructura de redes” (2015).

Ahora bien, mencioné que esas cifras son interesantes, pues es necesario abrir más el panorama, y contrastarlo con testimonios reales, para entender que tener una alta posibilidad de conectividad no siempre significa que todos estén realmente conectados y tengan el mismo acceso a la web. Los investigadores de la Pontificia Universidad Javeriana, notaron que “un alto porcentaje de hogares no posee computadores de ningún tipo y algunos no tienen conexión a Internet (13,8%), aunque acceden a través de sus teléfonos celulares” (pág.9). Pero esto no impide que los jóvenes pierdan su deseo de conectarse, y es ahí cuando ponen en marcha su recursividad. Algunos relatan que acostumbraban a irse a la casa de algún amigo o familiar para conectarse, o para descargar videos en memorias externas para después mirarlos en casa.

Otros deciden pasar su tarde en cafés internet, y así. Pero claro, la falta de recursos hace que necesariamente haya una brecha más grande entre los que son usuarios proactivos al momento de consumir internet, que los que producen también. Al respecto, los investigadores aclaran que,

El acceso a TIC tiene una doble cualidad para estos jóvenes: es un factor de inequidad y estatus social y representa un locus de deseo que enmarca sus ejercicios mediáticos y narrativos. Se aprecia una convergencia imperfecta y precaria, que conduce a unas manifestaciones de alfabetismo transmedia en formación, “mutantes” en cuanto no responden de manera fiel a las tendencias en otros contextos, pero que demuestran una adopción y emulación de prácticas y usos desde sus propias comprensiones y realidades inmediatas (pág.10).

Esta adopción de prácticas se da de manera informal, en contextos cambiantes, que convergen. Los jóvenes están adquiriendo conocimientos transmedia como resultado de muchos procesos, no por un caso en específico; es gracias a acostumbrarse a ciertas prácticas cotidianas, que se logra un dominio especial de habilidades de manera natural, sin una única fórmula ni en un único contexto.

### **Testimonios de creatividad ante la precariedad**

Retomando un punto sobre el cual me gustaría hacer énfasis, el de la recursividad en medio de la precariedad; tomé varios relatos del informe anteriormente mencionado, presentado por los profesores Carlos Barreneche y Nestor David Polo de la Pontificia Universidad Javeriana, con algunos adolescentes, ya que pienso que al “escuchar” estas voces, la forma en cómo relatan sus vivencias, se puede entender mejor este punto:

“Mi computador es un asco. No lo soporto”. El joven afirmó que desearía probar otros juegos, pero por cuestiones de dinero no puede; opta por descargar aplicaciones gratuitas y ligeras. Esta limitación técnica y material ha hecho que Fausto se dedique a jugar principalmente Minecraft y dominarlo de manera que es capaz de crear objetos digitales complejos dentro de este mundo virtual, que comparte en foros en línea y su perfil de Facebook.

Contó que es su juego favorito porque le permite expresarse de maneras creativas, que se manifiestan en los objetos que construye y sus exploraciones de este mundo virtual; captura screenshots de escenas u objetos que llaman su atención por su valor estético y son, a su vez, compartidas en el foro web del juego y acompañadas con “textos poéticos”: Su objetivo es compartir su punto de vista sobre las cosas que le gustan dentro y fuera de la plataforma. Sus experiencias y hazañas son registradas y compartidas de esta manera (2018). Gracias al uso frecuente de aplicaciones y juegos, se evidencia un nivel más desarrollado que permite que jóvenes como Fausto logren tener un mejor dominio en la narrativa, el lenguaje, producción y estrategia.

Adicionalmente, otro joven relató cómo el hecho de tener un celular de baja gama, no lo limita, al momento de querer conectarse:

“[Saca su celular] [...] Esta que tengo acá es para internet gratis. [¿Cómo funciona?] Son servidores que uno instala y al iniciarlo carga y busca servidores y dependiendo del operador le da internet gratis. [...] Esta es para hacer las grabaciones de las jugadas en guitarra que yo toco. Este sería mi optimizador de RAM, para que mi celular esté rápido” (2018).

Estos y otros testimonios de los estudiantes de colegios públicos en Bogotá muestran una realidad dura pero inspiradora. Pues si existe entre los jóvenes un espíritu compartir ideas, pensamientos, opiniones, narrativas propias, incluso en medio de la dificultad. estos estudiantes son una muestra del potencial de adaptación ante un entorno mutante.

Los niños y jóvenes en Colombia gastan en promedio tres horas y 31 minutos diarios en internet. Así lo dio a conocer una investigación realizada por TigoUne y la Universidad Eafit para un artículo del periódico de La República (2018). Aun así, una cosa es que los jóvenes están cada vez más conectados, y desarrollando habilidades naturales, y otra, que hagan un uso adecuado y efectivo de la red. Una encuesta a 650 estudiantes entre 14 y 15 años de colegios públicos y privados de Bogotá, realizada por Microsoft determinó que, “pese a que un 80 % se siente experto en tecnología, ese conocimiento tiene que ver con el buen manejo del aparato móvil y no con algo de carácter analítico. Para ellos, saber de tecnología implica tener claro qué hacer si se bloquea la pantalla (30 %) o ayudar a los padres a manejar el ordenador (30 %). También, les interesa conocer qué es lo último de internet (15 %)” (2018).

Es por esto por lo que considero que no todo es o blanco o negro. Que, como mencioné anteriormente, los jóvenes estamos sumergidos a un contexto que cambia constantemente; que el hecho de que sean millennials, y se supone que saben de tecnología de una manera

radicalmente distinta a otras generaciones, y más del lenguaje transmedia, no quita otros aspectos que hacen que se vean enfrentados todo el tiempo a procesos de adaptación que a veces se vuelven un poco complejos. Pues, “los jóvenes se encuentran ante una ecología mediática compleja y cultura participativa, donde ellos construyen el sentido de lo digital como parte de sus aprendizajes cotidianos Mientras lo digital aparece como un horizonte en deseo, lo transmedia emerge como un acto real: mezclan, transfieren, combinan y, con ello, intuyen y dominan estrategias clave en sus entornos mediáticos” (pág 18).

## **Capítulo 2.**

### **CULTURA TRANSMEDIA Y STORYTELLING**

Evidentemente no se puede pensar ni siquiera proponer un proyecto virtual, sin al menos entender como mínimo el elemento fundamental que se genera dentro de todo este nuevo

entorno mediático y ecosistema digital que tenemos en la actualidad, y que se conoce como transmedia o cultura participativa.

Para muchos autores, este último término es considerado un híbrido, donde se conjugan aquellos intereses comerciales que producen y venden el contenido de los medios, los cuales controlan ya sea de forma significativa o totalmente su movimiento (Jenkins y otros, 2015). Dicho eso, se podría comprender como una mezcla de fuerzas verticales que son las responsables de determinar si se puede o no compartir el material mediante las culturas y, entre ellas mismas de una manera más participativa.

Entonces, como vemos, no es posible dar una sola definición, exacta, sobre lo que significa la cultura transmedia. Es como menciona el autor Carlos Obando en su texto *Perversiones Digitales*: “múltiples posibilidades de creación, distribución y consumo en este tsunami cultural-audiovisual en el que nos hallamos instalados, es lo que conocemos como transmedia” (Obando, 2017, pág. 6). El transmedia tiene un lugar importante, gracias a los múltiples canales de comunicación que se encuentran a disposición de los usuarios con un solo clic, debido a este gran número de pantallas a las cuales estamos conectados 24/7, y a la vez, transformando nuestros hábitos cotidianos. Generando este deseo constante por registrarlo todo, compartirlo con nuestros amigos, seguir produciendo contenido, comentar, pasar de un perfil a otro, acortando tiempo y distancias, al estar expuestos a miles de imágenes en cuestión de segundos, y no tener que esperar al revelado de la fotografía para poder pegarla en el álbum familiar, por ejemplo.

La narrativa transmedia, es pues, una estrategia narrativa y creativa, pero también puede ser una estrategia de marketing para lograr que una campaña tenga múltiples medios de difusión o un cambio en la forma de comunicar una determinada información, quizás también se le puede ver como una propuesta innovadora creada desde la retórica, pero mi definición favorita sobre lo que puede ser el transmedia es: “La emancipación de las audiencias hiperconectadas que han decidido asaltar los cánones estéticos y romper la verticalidad de los discursos que ha permanecido intactos desde el origen de la escritura”(Obando, 2017, pág. 6).

Es importante destacar que, la cultura transmedia se potencia con la llegada de la web 2.0, o sea, la web “para todos” por llamarla de alguna manera, la cual ha roto con la estructura jerarquizada que se tenía antes para los medios de comunicación, donde solamente había un

canal que era el encargado de controlar de cierta manera el flujo de la información de manera vertical, a diferencia de hoy que, más bien facilita a los usuarios de la plataforma virtual interactuar y colaborar entre sí, como creadores de contenido.

Dentro de esta cultura actual son muchas las razones que permiten y justifican que una narración pueda ser considerada transmedial; sin embargo, las dos características más importantes y que vale la pena resaltar son la **expansión y la participación**. Como se señaló anteriormente, la primera, es cuando hay una **prolongación, es decir, la existencia de distintos fragmentos, componentes de una misma narrativa, los cuales se cuentan haciendo uso de dos o más medios, formatos o textualidades**.

**En el caso de la segunda, se da cuando hace acto de presencia la participación de las audiencias bien sea interviniendo, modificando o dándole un nuevo sentido a los contenidos propuestos, con la finalidad de reelaborarlos, redistribuirlos o simplemente agregarle otros elementos novedosos a la narrativa.** Y estas dos características -expansión y participación- son las que propone y destaca este proyecto de investigación en la creación de la plataforma transmedia. Todo eso les da una oportunidad a los jóvenes, quienes, en su mayoría son los principales usuarios virtuales, de lograr salir un poco del rol tan pasivo al cual están acostumbrados, y encontrar incentivos, que les invite a intervenir y participar activamente en la producción y generación de contenidos.

Estos avances en materia tecnológica en combinación con las formas de consumir y producir llegaron al mismo tiempo que la web, aunque no necesariamente se le debe por completo a esta. A este respecto, Obando (2017), argumenta que la web “solo es la interfaz que permite que otra serie de inventos y desarrollos anteriores (...) estén modificando las maneras de distribuir, consumir y crear contenidos audiovisuales” (pág. 186); y en realidad es lo que exactamente el mundo está presenciando, el modo cómo los usuarios, al tener una gran versatilidad puede no sólo consumir y producir contenidos que ya existían antes, sino cambiar los hábitos y las maneras de usarlos.

Partiendo de estas consideraciones, la transmedia poco a poco ha ocupado y consolidado un lugar relevante, consecuencia de los variados y múltiples canales de comunicación que se encuentran a disposición de los miles de usuarios que la utilizan con tan solo un clic, y a la gran cantidad de pantallas a las cuales ellos se hallan conectados, unos

compartiendo con los amigos, otros produciendo contenido, comentando, pasando de un perfil a otro, acortando distancias, entre otras cosas.

Como se puede apreciar y asimismo coincide, Obando (2017), que gracias a la web “se ha dejado el rol pasivo y contemplativo del receptor, característica de los medios de comunicación masiva; a la participación y la inmersión, e incluso a intervención y modificación de los contenidos” (pág. 187). Esta afirmación es clave, además que se convierte en la punta de lanza dentro de la cual se va a movilizar este proyecto.

En cuanto al término **Storytelling**, conocido popularmente como el arte de contar historias; Tubau citado por Loizate Fondevila (2015) opina que, el hecho de hacer uso de esa palabra más que todo es para **convertir la realidad en un cuento**. Mientras que, Snijders (2014), lo concibe como el arte de dar sentido:

**El arte de contar historias para que el público empaticice y se conecte emocionalmente con un relato; eso se logra gracias a la narrabilidad**, la cual llama poderosamente la atención del receptor, permitiendo, por una parte, mantenerla y, por la otra, hacer al relato o narración mucho más interesante. (pág. 2)

En definitiva, y visto de una forma más sencilla, el storytelling es la relación personal entre el narrador y su lector/público/usuario; pues a través de esta estrategia el mensaje es el elemento que le va a dar coherencia a las experiencias, ya que él trabaja en base a ellas. Aquí la mente estructura la experiencia en forma de historia para proporcionarle significado; si éste no es claro, el significado desaparece de inmediato, así como el valor de la historia (Farran Texeidó, 2014).

## **Origen del transmedia**

La primera vez que se utilizó el término transmedia fue cuando el músico Stuart Sanders Smith en 1975, creó una composición musical integrada por distintas composiciones, para ello, se empleó varios instrumentos y diferentes estilos; a esta composición se le denominó música transmedia. Más adelante, Marsha Kinder introdujo dicho término en sus investigaciones relacionadas con la comunicación, haciendo uso de la intertextualidad transmedia para entender



la relación que se genera entre diversas plataformas como la televisión, videojuegos, cine y juguetes.

Para 1999 el concepto de transmedia storytelling o narrativa transmedia entró en la polémica y debate público, en el mismo momento que se intentó comprender el éxito de *The Blair Witch Project*, película independiente que obtuvo altos niveles de popularidad (Jenkins citado por Atarama-Rojas y Menacho-Girón, 2017). Tiempo después, este concepto fue desarrollado por Jenkins (2006):

En la forma ideal de la narración transmedia, cada medio hace lo que mejor sabe hacer, de modo que una historia pueda ser introducida en una película, expandida a través de la televisión, novelas o cómics y su mundo podría ser explorado y experimentado a través del juego. Cada entrada a la franquicia ha de ser independiente, de forma que no sea preciso haber visto la película para disfrutar con el videojuego y viceversa. Cualquier producto dado es un punto de acceso a la franquicia como un todo. (pág. 16)

Más tarde, el mismo Jenkins incorpora el término de transmedia dentro de la cultura del storytelling como un elemento central, redefiniendo de esa manera su concepto a un proceso donde todos y cada uno de los elementos integrantes de una ficción parecieran estar dispersos, debido a la variedad de canales de distribución existentes, que tienen como finalidad, crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada, destacando al máximo, que lo idóneo es que cada medio busca realizar una contribución particular, específica y valiosa al universo narrativo.

En fin, la transmedia se desarrolla en un mundo que puede o no comenzar con una estructura narrativa, aunque se requiere de ella obligatoriamente para poder expandirse. En otras palabras, este término se ha mantenido y consolidado mediante el uso de los distintos medios, los cuales cada uno se diferencian, permitiendo de ese modo convertirlo en una entrada independiente donde se interactúa con el mundo transmedial cumpliendo la mayoría de las veces doble función, el de difusor y el de creador de más contenido.

## Plataformas virtuales

Después de estudiar y profundizar los conocimientos relacionados con la cultura transmedia, es fácil entonces comprender que **toda narración o relato transmediático se desarrolla y fluye por medio de las múltiples plataformas**. En el caso particular, de la transmedia cada nuevo texto lleva a cabo una colaboración específica, eso es con el propósito de que el consumidor logre recabar esos textos que le puedan ayudar a tener una visión más completa de la historia.

Cabe resaltar que, en la actual sociedad del conocimiento también llamada sociedad de la información, el elemento básico de la narrativa transmedia que se consolidó con el transcurrir del tiempo, fue el mensaje, el cual Jenkins (2006) lo define como la forma ideal de narración transmedia, cada medio se encarga de hacer lo que se le da mejor.

No obstante, si se desea cautivar al público con brillante y elegante espectacularidad y grandes efectos especiales, no hay nada mejor que usar como estrategia, el acto de ver una película de cine. Ahora bien, **si lo que realmente se busca es crear un canal de comunicación directa con la audiencia, la plataforma más pertinente, adecuada y acorde son las RRSS** (abreviatura usada en el marketing digital para denominar las redes sociales).

Es de destacar que, cada una dispone de sus propios formatos como audio, video, imagen, textos, entre otros, lo que la hace, según sea el caso, más o menos interactiva, sumándole o restándole tiempo de interacción. Todas esas características especiales, son las que el lector/público/usuario debería tomar en cuenta a la hora de elegir esa plataforma; tal como lo muestra la siguiente tabla con las principales plataformas utilizadas en transmedia, sus elementos y características especiales:

**Tabla 1. Principales plataformas utilizadas en transmedia**

<b>Plataforma</b>	<b>Elementos</b>	<b>Características especiales</b>
CINE Película	- Imagen en movimiento, audio.	- Canal muy popular. - Audiencia masiva.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No interactivo.</li> <li>- Consumo pasivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Muy comercial.</li> </ul>
TV Serie	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Audio e imagen en movimiento.</li> <li>- Episódico.</li> <li>- No interactivo.</li> <li>- Consumo pasivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rápido, los episodios extienden la duración del proyecto transmedia durante el tiempo.</li> <li>- Cambia la forma en la que la audiencia se involucra en la historia.</li> </ul>
Juegos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Audio y gráficos animados interactivos.</li> <li>- Tiempo de interacción ilimitado.</li> </ul>	<p>El jugador se convierte en una extensión del universo ficticio: puede actuar como un personaje, manipular el universo y, en ocasiones, crear su propia narrativa.</p>
Juguetes	Jugables, físicos, táctiles.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Canal físico, coleccionable, permite a los jugadores formar parte del universo ficticio de forma física.</li> <li>- Ayuda a crear conciencia de comunidad al coleccionarlos.</li> </ul>
Música	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Audio.</li> <li>- Tiempo fijo de interacción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recordable por usuario.</li> <li>- Viral.</li> </ul>
Diseño gráfico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Imagen.</li> <li>- Tiempo fijo de interacción.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Destaca momentos claves de la narrativa.</li> <li>- Propaganda.</li> </ul>
Novelas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Texto, universo más detallado.</li> <li>- Tiempo de exposición limitado, pero más prolongado que otros canales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Despierta la imaginación del usuario</li> </ul>
Cómics	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Texto, imágenes fijas.</li> <li>- Tiempo limitado pero prolongado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Despierta la imaginación del usuario.</li> <li>- Abre un nicho de mercado.</li> </ul>
Internet / RRSS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Video, audio, texto, imagen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interacción directa con la audiencia,</li> <li>- Anima a participar a los usuarios.</li> </ul>

	- Rápido e interactivo.	- Sirve de puente entre el mundo ficticio y real.
Mundo real	- Físico, real e interactivo.	- Provoca la inmersión física del usuario.

*Fuente: Pérez Pérez (2016), adaptado por la investigadora (2019)*

Adicionalmente, Obando (2017), hace una relevante explicación sobre las características principales, pues son ellas las que cambian las nuevas formas de producción y consumo; además que representan las bases para la creación de una plataforma. Las mismas se resumen en tres principales:

### **Interactividad.**

Según el mismo autor esta característica, “propone nuevas formas de comunicación, modificando el rol de emisor y receptor de los mensajes y adaptando el médium y el usuario a un ciberespacio en el que cohabitan múltiples sujetos y formas de socialización” (pag.187), Es decir, consiste en un proceso en permanente estado de adaptación. Al medio, donde identifica los cambios que se van generando en los usuarios que están participando activamente en los procesos comunicativos, y a la vez, se adaptan a cada nuevo cambio, o reconfiguración de las nuevas tecnologías, logrando así, una nueva relación sujeto-máquina. Es por esto, que el autor afirma que “la interactividad de los nuevo media, crea un espacio borroso y difuso: el ciberespacio” (pág. 66). Dónde el usuario “es como es”. Esto me parece muy valioso, ya que este le da un lugar para todos los tipos de personalidades, como explica el autor, aquí nada tiene que ver el físico, limitaciones corporales, acentos, razas, ni siquiera sexo. El ciberespacio es un espacio cultural comunitario, por y para todos.

### **Reticularidad.**

Entendida como “la difusión horizontal de mensajes de muchos a muchos y no de uno a muchos como ocurría en el viejo sistema lineal o analógico” (pág. 187). Aquí se refiere al principio, vinculado a ese nuevo poder que se les otorga a las audiencias, ya que no hay un filtro de información que viene de un emisor todopoderoso en específico que se encarga de distribuirla a una audiencia pasiva.

## **Hipertextualidad.**

Entendido por el autor como, “la posibilidad de la construcción de mensajes con lenguajes diferentes e interconectados a través de un sistema red en con una única plataforma: la pantalla” (pág. 187). Normalmente, este término se asocia de inmediato con la web. Debido a su función de llevar al usuario, a partir de un texto, a otra interfaz de manera navegable e interactiva. Pero cabe aclarar que no es una función que se logra únicamente gracias a internet. Pues como explica Manuel Chiroque Farfán, de la Universidad Nacional del Santa Chimbote, en Perú, “la hipertextualidad también remite a las conexiones figurativas que cualquier signo desata en la mente humana, la semiosis ilimitada” (Chiroque, 2017, pág. 49). Es decir, esta característica es un ejemplo de nuestra capacidad natural para generar conexiones y relaciones de signos y generar así un reconocimiento más amplio del mundo, no de una manera disruptiva, sino más bien conciliadora.

En resumen, y expresado de manera concisa, se podría ver al concepto del transmedia como una estrategia narrativa y creativa, que posee diversas y variadas plataformas (medios de difusión), permitiendo a las audiencias estar hiperconectadas e interconectadas, rompiendo de esa manera, con la verticalidad de los discursos que ha permanecido intactos desde que se originó la escritura.

## **Transmedia / Narrativa transmedia**

Es importante mencionar que, **la narrativa transmedia**, a pesar de que todavía se encuentra en algunos espacios en su fase inicial, **se ha convertido en un significativo cambio de paradigma de la forma tradicional sobre la creación de contenidos, pasando a una siguiente etapa, donde el relato y la narración fluye libremente por múltiples plataformas**. Esas innovaciones han conllevado al logro de un co

ntenido mucho más rico, variable y permanente en el tiempo otorgándole una mayor fidelización de las audiencias/públicos o usuarios.

Así lo sustenta, Rivera (2012), cuando afirma que, la transmedia es un:

Proceso narrativo basado en el fraccionamiento intencionado del contenido y su diseminación a través múltiples plataformas, soportes y canales (offline y online), con el fin de que cada medio cuente una parte específica y complementaria de la historia. De esta forma, la comprensión absoluta y el conocimiento profundo de la narración se obtienen cuando se recorren las múltiples plataformas, soportes y canales. (pág. 3)

Asimismo, Gómez (2014), concibe la narrativa transmedia como:

El proceso vanguardista de transmitir mensajes, temas o historias a una audiencia masiva, a través del uso de forma ingeniosa y bien planificada de múltiples plataformas de medios y extensión de marca, los cuales crean una lealtad de la audiencia intensa y compromiso a largo plazo, enriquece el valor de contenido creativo y genera múltiples fuentes de ingresos. (pág. 19)

De acuerdo con Amador-Báquiro (2018), la narrativa transmedia es

Un proceso que busca recrear la relación de la trama narrativa con las subtramas ocultas, mediante una combinación dinámica de articulaciones de escenas y biografías; para tal efecto, se emplean medios, géneros y estéticas diversas que expanden (de manera ampliada, remixada o remediada) las textualidades de la trama general. Este proceso potencia la pluralidad de representaciones, alcanzando secuencias imprevisibles de experiencias individuales y colectivas. (pág. 83)

Interpretando todos esos autores, el proceso de convergencia tanto tecnológica, mediática como corporativa en la narrativa transmedia, es lo que ha facilitado los cambios de paradigmas que se han generado en las relaciones empresariales y consumidores, resaltando que éstos últimos son los que han empleado las nuevas tecnologías con la finalidad de convertirse en los dueños de sus contenidos, pues lo que antes se consideraba un producto final dirigido a un consumidor pasivo, hoy se ha transformado en una información no sólo que se adapta, sino que cambia en las manos del público activo.

## **Características de la narrativa transmedia**

La narrativa transmedia se destaca por un conjunto de características que le dan figura y personalidad propia. De allí que, su misión y al mismo tiempo, su reto, es hacer que su creador tenga la habilidad de repartir los contenidos de modo tal que, puedan ser consumidos tanto individual (un solo medio) como parte de un todo, consumiendo la narración desde todos los medios disponibles, provocando con ello, una experiencia en el instante cuando el consumidor logra unir todos los fragmentos.

A diferencia de la narrativa clásica, donde las acciones motivan el resto de los elementos narrativos, subordinándolos a la acción de personajes y el final del relato ata los cabos de todas las series causales con un efecto final. Mientras que esta nueva modalidad narrativa se puede ampliar la vida del relato, por cuanto hay infinitas tramas que pueden tener lugar en el mismo universo. (Pérez Pérez, 2016, p. 19).

Pero es Jenkins (2007) quien da como respuesta a la pregunta de qué es transmedia, siete características necesarias para el correcto desarrollo de esta narrativa:

### **Expansión vs Profundidad.**

Expansión se refiere al desarrollo y propagación de la narrativa a través de prácticas virales en las redes sociales, aumentando de esa manera, el capital simbólico y económico del relato. Respecto a profundidad, es la tarea llevada a cabo por las comunidades de fans a la hora de diseccionar la historia original, buscando más allá de la superficie con el fin de obtener un conocimiento total del universo ficticio.

### **Continuidad vs Multiplicidad.**

La continuidad es necesaria en todas las plataformas, que se utilicen en la narrativa transmedia, constituyendo el denominado canon del texto. En cuanto a la multiplicidad, el autor se refiere a la posibilidad de acceder a versiones alternativas de los personajes o universos paralelos de las historias como recompensa al conocimiento obtenido sobre el material original.

## **Inmersión vs Extrabilidad.**

La inmersión es una característica innata del transmedia, ya que hace referencia a la forma en la que el usuario se involucra en el relato. En cambio, la extrabilidad consiste en la posibilidad de extraer elementos del relato original y llevarlos al mundo real, como pueden ser los disfraces o las réplicas. Esta característica es fundamental para el proyecto. La forma en como la página estará construida será de tal manera en la que primero, el usuario se involucre así sea de manera mínima para que quiera darle “clic” a continuar el relato y terminalo. Y, por otro lado, la extrabilidad es el objetivo final de la página. Que los jóvenes realizadores audiovisuales puedan tener esa capacidad de extracción de aquellos elementos que consideren la “chispa” para crear todo un guion, es decir, que tengan la capacidad de ver más allá de lo que el común pueda ver en una simple anécdota.

## **Construcción de mundos.**

Al interactuar en una narrativa transmedia, los autores deben ser en extremo fieles al mundo creado para el mismo, pues eso será lo que dote de unidad y verosimilitud a las historias que en él tengan lugar. El mundo de los jóvenes puede enmarcar muchas situaciones, unas completamente distintas de las otras. Pero todas bajo el universo (dramático, por qué no) de la realidad juvenil en Bogotá.

## **Serialidad.**

La serie es un fragmento de historia dispersado en varias entregas, destacando el punto en el que un fragmento acaba y da inicio el siguiente, generando de ese modo, los “cliffhangers” o enigmas, que son los que mantienen al usuario en vilo y pendientes del siguiente capítulo. Eso le va a permitir a la productora estirar al máximo el relato con la única intención de mantener una relación duradera con su público. Adicionalmente, se tiene en mente que estos “cliffhangers” estén presentes en el uso de las redes sociales de #TTQC, para que los usuarios sientan esa necesidad de primero, entrar a la página a ver cómo termina ese relato, que me empezaron a leer en otra plataforma, y segundo, que queden con la expectativa de cómo se irán desarrollando los siguientes relatos aportados por jóvenes como ellos mismos (los seguidores de nuestra página).



## **Subjetividad.**

En una historia existen multitud de elementos contextuales como son los personajes secundarios, lugares, eventos, objetos, entre otros, que no ocupan un lugar protagonista del relato. Visto de esa forma, la subjetividad representaría el interés del público por explorar la historia desde el punto de vista de los personajes, sólo así, se puede ampliar el universo de ficción como la duración de la historia. Este es exactamente el espíritu de #TTQC, poder leer historias desde perspectivas completamente subjetivas, personales, diferentes; pero que a su vez puedan ser transformadas o más bien, prolongadas a formatos mucho más largos que microrrelatos de 5-10 líneas dónde ya no se tengan únicamente estos relatos contados en primera persona, sino que la historia se pueda enriquecer muchísimo más, al recibir aportes no sólo del joven guionista que quiera basar su guion en el escrito, también con el resto de usuarios que tendrán la opción de comentar, sugerir, reaccionar frente a las historias que acaba de leer, e incluso votar por ellas.

## **Realización.**

Los relatos transmedia deben invitar a la participación de aquellos usuarios que estén dispuestos a involucrarse creativamente realizando nuevos textos para sumarlos al universo, caracterizando a esta nueva modalidad narrativa por el rol activo del usuario a expandir la historia original. De nuevo, como mencioné líneas arriba, la idea de #TTQC es que los jóvenes no sólo compartan historias o las adapten, pues también está la parte colaborativa. En donde todos podrán comentar después de haber leído completamente el relato, de la misma forma como funciona en un Blog, dando así sus aportes sobre lo que piensan de la historia, qué reacción les causó, que más les gustaría saber sobre esa anécdota corta, etc.

## **Elementos necesarios para el diseño de una narrativa transmedia**

Gómez (2014) propone ocho elementos necesarios para el diseño de una narrativa transmedia, que pueden complementar la tesis de Jenkins. Estos elementos son los siguientes:

### **El contenido es creado por uno o muy pocos visionarios.**

Este elemento puede pecar de dogmático, pero la realidad es que, aunque existen amplios equipos creativos en el diseño de universos transmedia, estos equipos suelen ser dirigidos y coordinados por una sola persona, que en ese caso sería, el productor transmedia, con el propósito de evitar contradicciones y argumentos paralelos. En mi caso, yo soy la única productora transmedia, ya más adelante fui reuniendo un pequeño grupo de gente para encontrar apoyo en la parte técnica de la construcción de la plataforma, consejos sobre derechos de autor, las redes sociales de #TTQC, etc; pero en última instancia, yo supervisé que el concepto creativo y comunicativo de la página se mantuviera en todo momento mientras el proyecto estaba en construcción.

### **La transmedialidad debe ser prevista al comienzo de la franquicia.**

Se considera el mejor elemento a la hora de emprender una narrativa transmedia, ya que se consigue una rápida implementación del contenido de cada canal desde el inicio. Sin embargo, para otros, es algo muy costoso, porque la mayoría buscan expandirse según el feedback obtenido, ya que es resultado de un producto de éxito.

### **El contenido se distribuye en tres o más plataformas.**

Existen otros autores que defienden la teoría de que, tan solo **dos plataformas en las cuales se distribuye los contenidos de forma convergente, ya eso suponen una narrativa transmedia.** Estoy de acuerdo con esta teoría porque que ya el hecho de que existe más de un solo canal de distribución, sin poner un número determinado de cuantos canales, se cumple con la función transmedia del proyecto.

En este punto de la investigación me gustaría hacer una breve explicación de una idea simple que surge a raíz de la investigación en cuanto a los canales de difusión. Pues, se me ocurren como ideas iniciales, algunas tácticas que me pueden ayudar a formular una estrategia de comunicación que resulte efectiva para lograr un mayor alcance entre los jóvenes y número de relatos. Como, por ejemplo, la creación de redes sociales (Instagram y Facebook), como soporte de la página, en dónde se creen piezas visualmente atractivas, que contengan las primeras palabras de cada historia que se encuentre disponible en la página, y así, si el usuario

queda con la intriga de saber qué es lo que sigue, sea redirigido a nuestra página web (desde la Facebook) y así poder terminar la historia.

Una idea similar se podría manejar en Instagram, cumpliendo con su función transmedia, y de esta manera, el usuario navegue de un medio al otro, pero con el eje central que es la página web. Adicionalmente se podría incentivar la producción de relatos para la página, haciendo concursos cada cierta cantidad de tiempo, rifando bonos de regalo, para aquellas historias que hayan recibido un mayor número de “me gusta” a lo largo del tiempo, dónde el ganador/a será anunciado en Instagram, (si la persona que mandó originalmente la historia decidió dejar algún correo o nombre de contacto al momento de llenar el formulario de envío, claro está).

El tema de hacer uso de las redes sociales para difundir narrativas se ha convertido en un mecanismo bastante utilizado, no sólo por los jóvenes de hoy en día, pero las marcas se han dado cuenta del potencial tan grande que tienen estas plataformas, y han logrado hacer un uso estratégico de ellas. Es importante preguntarse aquí, si lo que se está haciendo con los nuevos medios que tienen como característica principal esta mezcla de tipos de lenguajes (audiovisual, literarios, etc), es una socialización de narrativas, más que un espacio para la creación de estas (pag.186). En el caso del ejemplo anterior, donde mencioné el uso de redes sociales como apoyo para mi plataforma, es cierto que estas aplicaciones serían más usadas para la “promoción” de relatos, pero, ya en la plataforma web como tal, si habría un ejercicio de creación y producción, pues los usuarios tendrán la oportunidad no solo de compartir libremente, sino de comentar sobre cada historia, incluso evaluarlas, dando un “me gusta”.

### **El contenido es único.**

Este elemento se refiere a que el medio es el mensaje y al igual que Jenkins, defiende la adaptación del contenido según la función de la plataforma. En este caso, la función de la plataforma es difundir micro relatos, en donde la forma en cómo estos sean adaptados (sea para ficción, cortometrajes, filminutos, documentales, etc) ya dependen de cada usuario. Y a su vez, el lenguaje y manera de presentar los contenidos que se maneja en la plataforma será diferente del que se use en Instagram y también de Facebook, pues es claro que cada canal tiene su personalidad, y no se puede usar la misma forma de comunicación para tres aplicaciones completamente distintas, con públicos, funcionalidades, herramientas, diferentes una de la otra.

### **El contenido se basa en una visión única del mundo narrativo.**

El contenido de todas las plataformas debe basarse en los cánones del universo creado. Este elemento retrotrae a la construcción de mundos, tal como lo plantea Jenkins al darle la importancia al hecho de mantener una coherencia interna. Por ello, es necesaria la labor de coordinación de la figura del productor transmedia, pues es él o ella, el encargado de unificar todo el universo en una biblia transmedia.

### **Esfuerzo concertado para evitar fracturas y divisiones en el mundo narrativo.**

Este sexto elemento sirve para controlar las posibles incongruencias dentro del contenido oficial de la narrativa; de allí que, el autor exige mayor control sobre esos contenidos creados por los usuarios. Aquí los fans pueden ser los principales defensores del universo narrativo, produciendo al mismo tiempo, contenidos que pongan en riesgo la continuidad del mismo, éstos son llamados contenidos apócrifos, por el hecho que no se ajustan al canon.

### **Integración vertical de todos los actores.**

El autor resalta en este elemento la necesidad de controlar todos los actores económicos que participan en la narrativa transmedia, desde la conceptualización del mundo narrativo a la producción de merchandising, diseño de videojuegos, distribución y punto de venta, entre otros. Aquí el productor transmedia ofrece la actual visión industrial en la que las integraciones verticales y horizontales permiten a las corporaciones integrar todas las áreas relacionadas con esa modalidad narrativa.

### **Participación de las audiencias.**

El autor coincide con Jenkins en este último elemento al argumentar que la participación del público dentro de la narrativa transmedia es de suma importancia, **ya que la audiencia debe adoptar un rol activo que proporcione nuevos contenidos a través de otras plataformas expandiendo de esa forma la historia original.** La plataforma #TTQC no es nada, literalmente, sin la participación de su audiencia, ya que la página en sí no producirá ningún contenido, se deja completamente a los usuarios a construir en conjunto esta plataforma, con sus colaboraciones, enviando micro relatos, comentando, adaptando, votando, etc. Es por esto que

como lo dice Jenkins, esta parte es fundamental, de otra manera simplemente no existiría y se perdería por completo el concepto de #TTQC.

### **Tipología de las narrativas transmedia**

Pérez Pérez (2016) ha llevado a clasificar las narrativas transmedias en tres tipologías:

**Transmedia Franquicia:** Es aquella que tiene lugar tras la creación de un mundo que se extiende a través de diferentes canales. Cada uno de los productos distribuidos a través de sus diferentes canales están dirigidos a ampliar el universo principal.

#### **Transmedia Marketing.**

Esta tiene lugar al crear una historia alrededor de una marca, a través de ella no se pretende expandir un mundo, sino más bien promocionar el que contiene el canal principal. Su propósito principal es únicamente promocionar.

#### **Transmedia Nativo**

Se trata de una tipología concebida desde un inicio como transmedia, teniendo en cuenta las características de cada canal para contar la historia de la manera más adecuada posible. Se diferencia de las dos anteriores porque suelen existir varios equipos creativos, mientras que en éste tan solo cuenta con uno.

## Capítulo 3.

### CONSTRUCCIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LA PLATAFORMA

El proceso de construcción de la plataforma se llevó a cabo con la ayuda de un desarrollador web. Empezamos por desglosar cómo luciría cada parte de la plataforma, contenidos, etc. Yo busqué en diferentes páginas de temas gratuitos como WordPress, para enviarle a él como modelo, y escoger una que se asemejara lo más posible. Decidimos organizarnos de una mejor manera al utilizar una herramienta llamada Trello y así poder asignarle tareas semanales sobre las cosas que se debían cambiar / mejorar / añadir, etc; Esta página permitía que yo subiera archivos y textos para que él los organizara en un periodo de tiempo determinado en la plataforma de #Tetengoquecontar.

Entonces, se utilizó una plantilla que se llama “blogger”, la cual se encuentra disponible en <https://colorlib.com/preview/#blogger>. A medida que avanzamos, nos dimos cuenta de que ningún tema nos permitía tener todas las funciones que queríamos que la plataforma tuviera (poder comentar, dar “me gusta”, dividido por categorías, la opción de un botón de Usar Historia en donde apareciera un mensaje “pop up” después de dar clic, etc). Así que se tomó la decisión de, utilizar de todas maneras una plantilla, pero utilizar lenguajes de programación para crear desde cero dentro de esta, aquellas funciones que queríamos que estuvieran dentro de la plataforma, es decir, poder personalizarla.

#### Lenguajes de programación para la página

El programador utilizó cuatro lenguajes clave: HTML, PHP, Javascript y CSS. HTML(lenguaje de marcas de hipertexto) es el lenguaje estándar que se utiliza para desarrollar páginas web en general, y sirve para definir textos.

CSS es el lenguaje que permite dar estilos a la interfaz, es decir, es la que permitía que se hicieran cambios del tipo subir más un texto, correrlo, bajarlo, ampliarlo, etc. Estos dos lenguajes son los principales para construir vistas. La plantilla que escogimos ya tenía sus propios estilos, pero lo que se hizo al utilizar el lenguaje CSS fue poder crear nuestra propia hoja de estilos y así poder personalizar el diseño de la plataforma.

Luego está JavaScript, un lenguaje de programación que está en la vista de la plataforma y se encarga de hacer las peticiones con el servidor, es el lenguaje que nos permite, por ejemplo, hacer llegar una historia que la persona crea en la interfaz, hasta el servidor, es decir, es como un puente entre el servidor y el usuario.

Además, el servidor utiliza lenguaje PHP el cual permite conectarse con la base de datos y así poder manejar las sesiones, y obtener información desde la base de datos. La base está hecha con Mysql (un sistema de gestión de bases de datos) me permite ver y modificar las bases de datos, y así poder almacenar de manera correcta toda la información de los usuarios, y de los textos, y poder verlos también.

Así pues, yo me encargué del concepto en general de la plataforma, de establecer los usos, los servicios, de todo el tema de contenido gráfico (por ejemplo, diseñar en otras plataformas como Canva la imagen de inicio, la imagen de cada categoría, de los usuarios, etc) y escrito, y él de programar y desarrollar la plataforma.

En cuanto al contenido de [www.tetengoquecontar.com](http://www.tetengoquecontar.com), es el siguiente:

## **DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA PLATAFORMA:**

**1) Inicio de sesión / LOGIN:** En el Menú aparecerá la opción de LOGIN. Allí, el usuario que entre por primera vez tendrá que completar los siguientes campos del formulario:

- Nombre
  - Teléfono
  - Correo
  - Contraseña
  - Check box para aceptar los términos y condiciones y política de privacidad.
- 
- Una vez iniciada la sesión, le aparecerá el perfil del usuario donde tendrá la oportunidad de cambiar o editar su perfil, poner una imagen, ver el registro de las historias que ha escrito y si ha tenido alguna “solicitud” es decir, si alguien ha usado su historia

## 2) Inicio:

- Título de la página
- Descripción y vídeo animado que explica el funcionamiento de la plataforma
- Categorías (la descripción de esta sección se encontrará más adelante).
- Carrusel que va mostrando las últimas historias: Va pasando como una galería de imágenes las últimas entradas que ha tenido la página, muestra la imagen del relato, una corta descripción y cuantos “me gusta” ha tenido
- Sección de Noticias: 3 o 4 noticias que pueden ser de interés para los jóvenes bogotanos, por ejemplo, el lineup de Baum Festival, sobre series como Game of Thrones, eventos culturales importantes, etc.

## 3) Temas: - Las historias enviadas por los usuarios están divididas en 6 categorías que cuando el usuario pase el cursor sobre la categoría le aparecerá un texto:

- **Amor:** Historias románticas, pero también de desamor, de decepciones amorosas, de esos amores flash (de corta duración o incluso esos pequeños encuentros "mágicos" que ocurren en el transcurso, en clase, en la calle, etc).
- **En la U/ trabajo/ colegio:** Anécdotas que ocurran en un día a día de la vida como estudiante, o incluso si estudia y trabaja, o sólo trabajas también se puede encontrar en este espacio historias ocurridas en un ambiente laboral.
- **Relaciones sociales y viaje:** Muchas veces las mejores anécdotas salen cuando estás "parchando" con tus amigos en un ambiente más relajado, de confianza o de rumba. O estás de viaje y aparecen esas historias que quieres contar. Este es el espacio para compartir esas historias que surgen mientras estás en cualquier espacio social.
- **Vida sexual/enfermedad:** No se refiere únicamente al momento íntimo con una persona, aquí también aplican historias con temática de diversidad sexual, enfermedades de transmisión sexual, maternidad o paternidad temprana, además de enfermedades mentales o físicas que puedas estar viviendo o hayas vivido en cualquier momento de tu vida.



- **Relaciones familiares:** Historias que surgen en un contexto familiar, que abordan temáticas de violencia intrafamiliar, condiciones y relaciones con tus familiares, dinámicas diferentes que ocurren dentro de las familias, entre otros.
- **Otros:** Si no encuentras la categoría que se acomoda al tipo de relato que tienes para contar, este es el espacio para ubicarla.

Por lo tanto, el usuario tiene la oportunidad de elegir el tipo de historia que quiere leer, de acuerdo con la categoría señalada. Deseo aclarar que estas categorías de contenido narrativo surgen después del trabajo de investigación que se hizo con respecto al contexto de jóvenes en Bogotá; estas no son necesariamente unas “temáticas” establecidas en algún artículo sobre temas recurrentes en los jóvenes, pero surgieron a raíz de diversos datos demográficos, que hicieron parte del barrido contextual sobre la situación actual de los jóvenes en Bogotá.

- De acuerdo con la categoría que el usuario elija, será redirigido a otra página, que contiene todas las historias de este tipo, con un pequeño resumen de lo que trata la historia (unas pocas líneas) y también con el número de "me gusta".
- Después de elegir la historia que quieren leer, serán redirigidos a la opción de registro o de inicio de sesión (sin aún no lo ha hecho) una vez el usuario haya iniciado sesión, podrá ver todas las historias por completo. Le va a aparecer:

- El título
- Nombre del usuario
- Categoría
- Fecha en la que se envió el relato.
- La historia completa
- Botón de Usar Historia: Si el usuario da clic aquí, le aparecerá el siguiente mensaje:

¡GRACIAS POR CREER EN EL PODER DE LOS RELATOS COTIDIANOS! Ahora como guionista tienes el derecho de adaptar, modificar, extender o reelaborar este relato. Recuerda que debes hacer un reconocimiento al autor original del escrito en caso de lo que utilices ¡Este

es su contacto, para que puedan intercambiar más ideas! Y abajo aparecerá el correo de la persona que originalmente envió el relato.

En caso de que esta no haya querido que su correo sea revelado, aparecerá el siguiente mensaje: ¡GRACIAS POR CREER EN EL PODER DE LOS RELATOS COTIDIANOS! Ahora como guionista tienes el derecho de adaptar, modificar, extender, o reelaborar este relato. Recuerda que debes hacer un reconocimiento al autor original del escrito en caso de que lo utilices; en este caso, como el autor es anónimo, puedes darle un reconocimiento a [www.tetengoquecontar.com](http://www.tetengoquecontar.com) como plataforma web que distribuyó el relato de dónde surgió la inspiración para tu guion de ficción.

**3) Escribir una historia:** Si una persona quiere compartir una historia, primero debe registrarse, y luego al darle clic en la opción de “Escribir” le aparecerá en la pantalla un formulario con los siguientes campos a llenar:

- Título
- Breve resumen (una línea)
- Historia completa
- Elige la categoría a la que creen que pertenece su historia (se mostrarán varias opciones para que elijan)
- Hacer clic en el check box si desea que su correo no sea revelado
- Opción de poner una imagen a la historia o sino el sistema le dará una por Default
- Enviar.

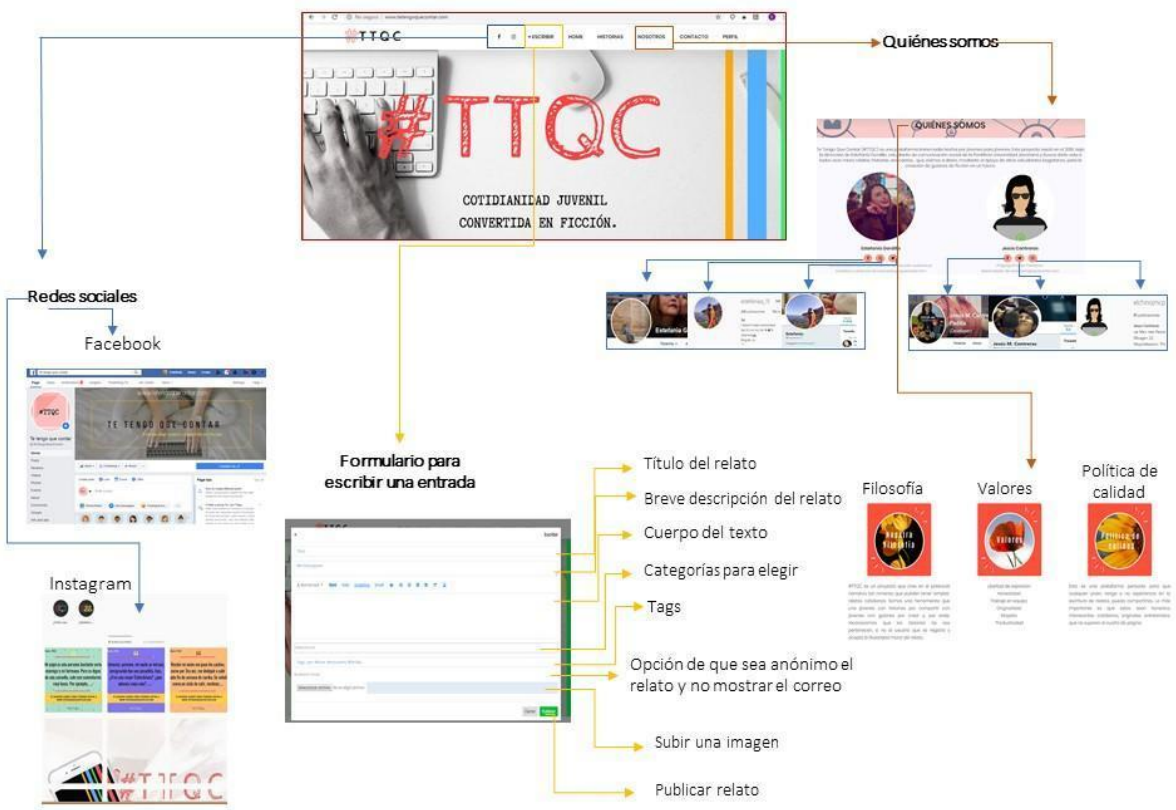
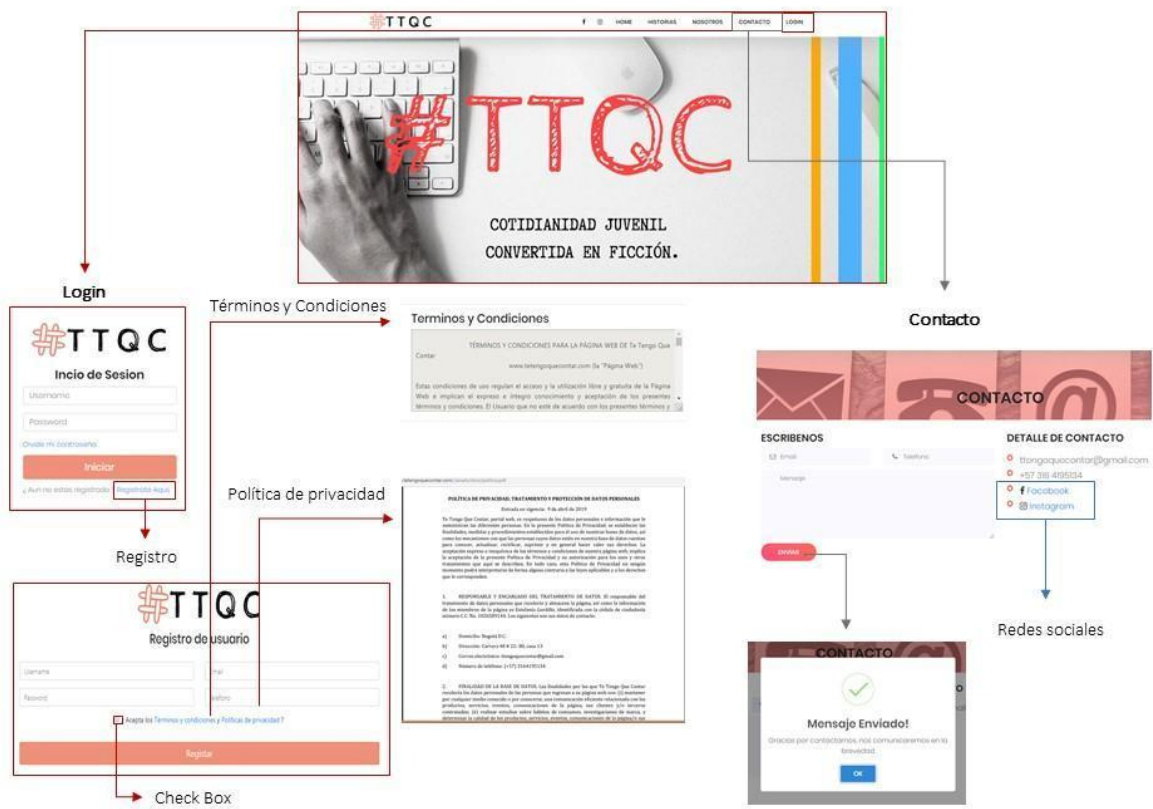
**4) Sección de Nosotros:** Está ubicada en el Menú principal, al hacer clic aquí va a aparecer:

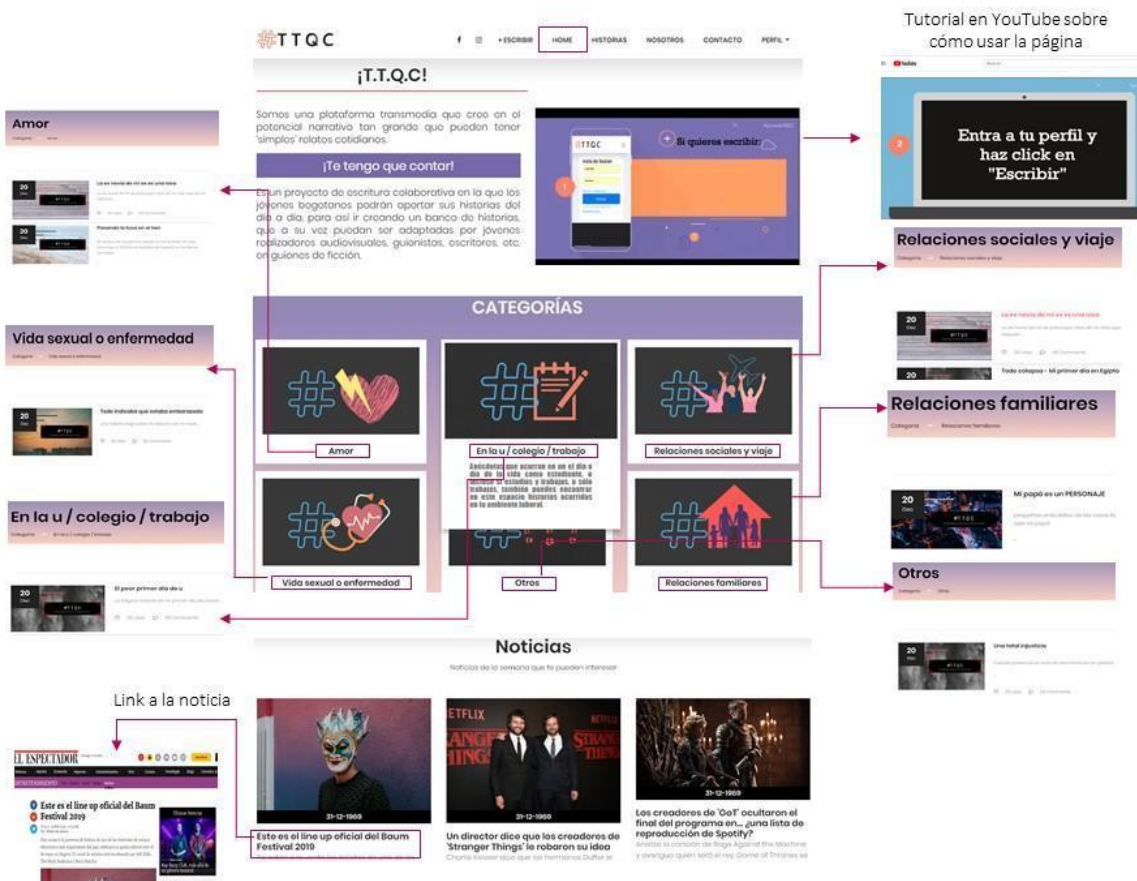
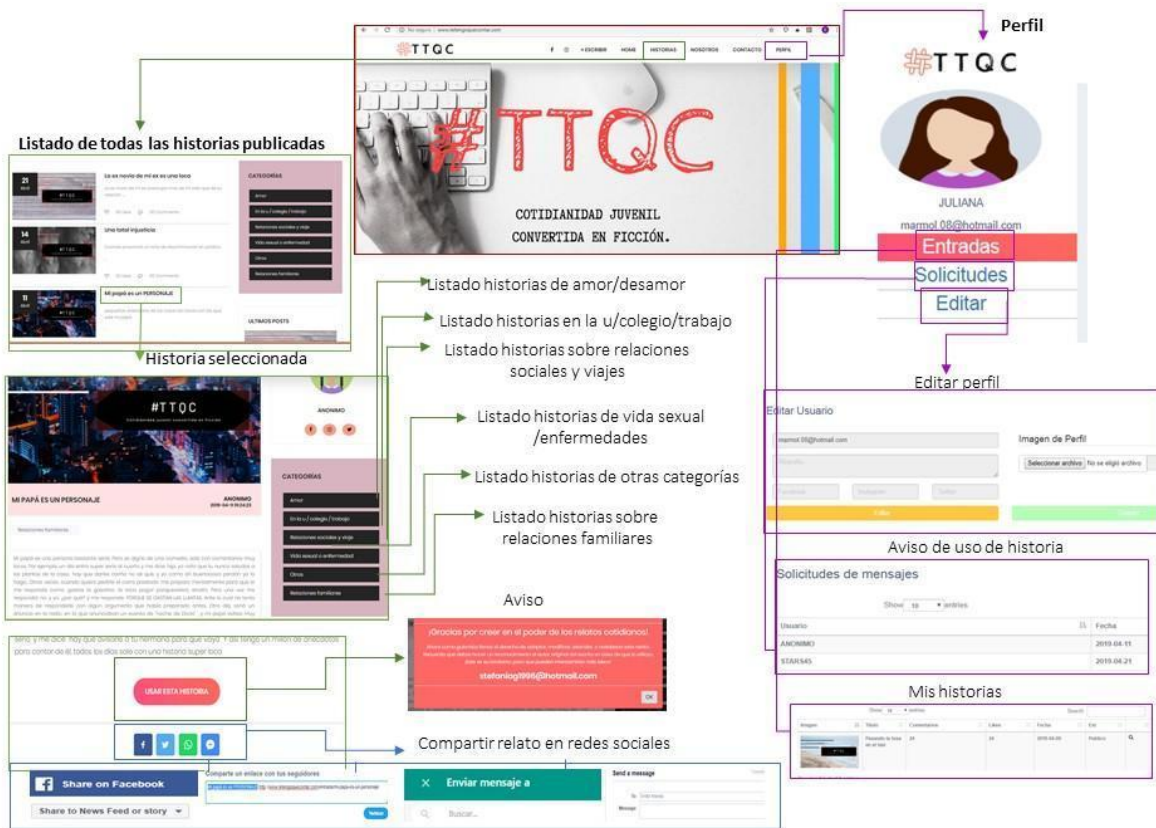
- Un texto con un contexto general del proyecto.
- un poco sobre mí y el desarrollador web
- **Nuestra filosofía:** #TTQC es un proyecto que cree en el potencial narrativo tan inmenso que pueden tener ‘simples’ relatos cotidianos. Somos una herramienta que une jóvenes con historias por compartir con jóvenes con guiones por crear y, por ende,

reconocemos que las historias no nos pertenecen, si no al usuario que se registró y aceptó la titularidad moral del relato

- **Nuestros valores:** Libertad de expresión, honestidad, trabajo en equipo, originalidad, respeto, productividad.
  - Nuestra política de calidad: Esta es una plataforma pensada para que cualquier joven, tenga o no experiencia en la escritura de relatos, pueda compartirlos. Lo más importante es que estos sean honestos, interesantes, cotidianos, originales, entretenidos, que no superen el cuarto de página.
- 5) **Sección de contacto:** También hace parte del menú, si el usuario quiere ponerse en contacto directamente con nosotros le aparecerá:
- **Detalle de contacto de Te Tengo Que Contar:** El correo, el teléfono y nuestras redes sociales.
  - **Formulario para contactarnos directamente desde la página:** El usuario debe colocar su email, su teléfono y escribir su mensaje.

## MAPA DE NAVEGACIÓN:





## Capítulo 4.

### DERECHOS DE AUTOR

Al ser esta una plataforma que desea, no sólo recolectar relatos, sino también permitirles a los usuarios poder adaptarlos, para sus próximos proyectos audiovisuales, es decir, la creación de un guion de ficción basados en uno o más relatos disponibles en la página, es importante revisar cómo funciona el tema de derechos de autor. La forma en cómo decidí resolver este tema, fue primero, informándome en la **Dirección Nacional de Derechos de Autor, en donde me explicaron que es posible realizar este tipo de acuerdos, siempre y cuando exista un contrato físico o virtual, en donde el autor original le dé la licencia a Te Tengo Que Contar (TTQC) de distribuir estos relatos, y autorizando la modificación, adaptación, uso, etc, de estos.** Es por esto por lo que, con la ayuda de un abogado, redactamos un documento sobre los Términos y Condiciones de la plataforma. **Todos los usuarios que quieran escribir, leer por completo algún relato, o usar un relato, están obligados a registrarse, y es allí en donde además de completar un formulario con sus datos personales, deberán leer y aceptar los términos y condiciones y el aviso de privacidad.** Los usuarios claramente no están obligados a usar la página si no desean aceptar los términos de ésta, así que el uso de la página web, demuestra la aceptación íntegra, total y sin condiciones de lo que se establece en el documento de términos y condiciones, los cuales están incluidos en este documento como anexo.

#### **Protección mínima que otorgar**

Ahora bien, para tener un panorama más completo sobre este tema, debo mencionar que aquí en Colombia, en materia de derechos de autor, nos regimos bajo la Ley 1915 de 2018, y el Convenio de Berna del 9 de septiembre de 1886, revisado en París el 24 de julio de 1971 y enmendado el 28 de septiembre de 1979. Este es un documento que revisa la protección de las obras y los derechos de los autores, y entre otras cosas, define las disposiciones que determinan la protección mínima que se debe otorgar.

De acuerdo con el Convenio de Berna de 1886, las condiciones mínimas de protección se refieren a las obras y los derechos que han de protegerse, y a la duración de la protección:

a) En lo que hace a las obras, la protección deberá extenderse a "todas las producciones en el campo literario, científico y artístico, cualquiera que sea el modo o forma de expresión" (Párrafo 1 del artículo 2 del Convenio).

b) Con sujeción a ciertas reservas, limitaciones o excepciones permitidas, los siguientes son algunos de los derechos que deberán reconocerse como derechos exclusivos de autorización:

El derecho a traducir, el derecho de realizar adaptaciones y arreglos de la obra, el derecho de representar y ejecutar en público las obras dramáticas, dramático-musicales y musicales, el derecho de recitar en público las obras literarias, el derecho de transmitir al público la representación o ejecución de dichas obras, el derecho de radiodifundir (los Estados Contratantes cuentan con la posibilidad de prever un simple derecho a una remuneración equitativa, en lugar de un derecho de autorización), el derecho de realizar una reproducción por cualquier procedimiento y bajo cualquier forma (los Estados Contratantes podrán permitir, en determinados casos especiales, la reproducción sin autorización, con tal que esa reproducción no atente contra la explotación normal de la obra ni cause un perjuicio injustificado a los intereses legítimos del autor y, en el caso de grabaciones sonoras de obras musicales, los Estados Contratantes podrán prever el derecho a una remuneración equitativa), el derecho de utilizar la obra como base para una obra audiovisual y el derecho de reproducir, distribuir, interpretar o ejecutar en público o comunicar al público esa obra audiovisual. (Artículo 3, pág 26).

Sobre este punto, los términos y condiciones de **Te Tengo Que Contar**, aclaran que el usuario otorga la licencia a otros usuarios registrados en la página a modificar, copiar, distribuir, transmitir, exhibir, realizar, reproducir, publicar, crear trabajos derivados, divulgar, ceder, y en general usar los escritos que envía y conforman la página. En el caso de que un usuario registrado obtenga lucro por medio de algún escrito de la página, el usuario que envió la historia original cede los derechos patrimoniales, no morales, del escrito, pero es posible que se dé una posible negociación a futuro por parte y parte, de manera directa entre ambos usuarios, ya eso depende del que lo haya usado, pero Te Tengo Que Contar no se hace responsable de lo que suceda después de que el escrito haya sido utilizado.

Asimismo, en el artículo 6bis, el Convenio prevé **"derechos morales"**, es decir, el derecho de reivindicar la paternidad de la obra y de oponerse a cualquier deformación,

mutilación u otra modificación de esta o a cualquier atentado a la misma que cause perjuicio al honor o la reputación del autor:

c) Por lo que respecta a la duración de la protección, el principio general es que deberá concederse la protección por el plazo de los 50 años posteriores a la muerte del autor. Sin embargo, existen excepciones a ese principio general. En el caso de obras anónimas o seudónimas, el plazo de protección expirará 50 años después de que la obra haya sido lícitamente hecha accesible al público, excepto cuando el seudónimo no deja dudas sobre la identidad del autor o si el autor revela su identidad durante ese período; en este último caso, se aplicará el principio general. En el caso de las obras audiovisuales (cinematográficas), el plazo mínimo de protección es de 50 años después de que la obra haya sido hecha accesible al público ("exhibida") o, si tal hecho no ocurre, desde la realización de la obra. En el caso de las obras de artes aplicadas y las obras fotográficas, el plazo mínimo es de 25 años contados desde la realización de la obra (artículo 7, pág 6).

Aunque en julio de 2018, la ley en Colombia hizo ciertas modificaciones a artículos anteriores, entre las cuales se modifica la duración,

“Los derechos consagrados a favor de los artistas intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y los organismos de radiodifusión tendrán la siguiente duración: a) Cuando el titular sea persona natural, la protección se dispensará durante su vida y 80 años más, contados a partir del primero de enero del año siguiente a su muerte” (Artículo 2, pág. 5, 2018)

Adicionalmente, para complementar esta información sobre derechos morales, la Ley 1915 de 2018 en Colombia aclara que:

“En todo proceso relativo al derecho de autor, y ante cualquier jurisdicción nacional se presumirá, salvo prueba en contrario, que la persona bajo cuyo nombre, seudónimo o su equivalente se haya divulgado la obra, será el titular de los derechos de autor” (pág. 1, 2018).

Al respecto, TTQC aclara en sus términos y condiciones que **el contenido compartido por los usuarios registrados en la Página Web, no le pertenece ni pertenecerá a Te Tengo Que**



Contar, la propiedad moral del contenido suministrado a la página por los usuarios le pertenece al usuario que originalmente envía el relato. Además, el usuario declara conocer y acepta que cede los derechos patrimoniales de su obra original, a usuarios terceros que a su vez se comprometen a registrarse y aceptar los términos y condiciones. Adicionalmente, pensé que sería bueno incluir en los términos que el usuario certifica que es el autor original desde cada relato que envíe, ya que es a esta persona a la que se le dará el reconocimiento moral, es decir, el reconocimiento de originalidad de la idea, en caso de ser utilizada, para esto, se debe garantizar también la veracidad de la autoría.

### **Derecho de reproducción**

El Convenio aclara que se permite ciertas limitaciones y excepciones en cuanto a derechos económicos, es decir, que sí está permitido que las obras puedan ser utilizadas sin necesidad de abonar una compensación, generalmente se utiliza el término “libre de autorización” de obras protegidas para referirse a esas limitaciones. El artículo 9 del convenio dice que “los autores de obras literarias y artísticas protegidas por el presente convenio gozarán del derecho exclusivo de autorizar la reproducción de sus obras por cualquier procedimiento y bajo cualquier forma. 2) Se reserva a las legislaciones de los países de la Unión la facultad de permitir la reproducción de dichas obras en determinados casos especiales, con tal que esa reproducción no atente a la explotación normal de la obra ni cause un perjuicio injustificado a los intereses legítimos del autor (artículo 9, pág. 7)”.

Así pues, como lo hemos venido mencionando, en TTQC aclaramos que el usuario que desee reproducir, modificar, adaptar, etc, cualquier relato, está en la obligación de notificar mediante la página web, haciendo clic en el botón de usar historia, cada vez que el usuario desee hacer uso de uno o más escritos disponibles en la página web.

### **Medidas cautelares**

Además, en caso de que se llegue a descubrir alguna infracción a los derechos de autor, es decir, que algún relato haya sido utilizado sin ser reportado, o sin haber dejado registro, de inmediato se haría la notificación de infracción de derechos de autor, en el párrafo 3 de la ley 1915, se establece que:

En los procesos civiles que se adelanten como consecuencia de la infracción a los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, o por la realización de las actividades descritas en este artículo de la presente ley, son aplicables las medidas cautelares propias de los procesos declarativos establecidas por el Código General del Proceso(...) Incurrirá en prisión de cuatro (4) a ocho (8) años y multa de veintiséis punto sesenta y seis (26.66) a mil (1.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes, quien con el fin de lograr una ventaja comercial o ganancia económica privada y salvo las excepciones previstas en la ley. (pág. 6, 2018)

Otro punto que también se deja por escrito en los términos y condiciones de TTQC, es que claramente se prohíbe el uso de tecnologías alternas, para modificar la página o evadir el registro inicial para poder ver los relatos por completo y usarlos. Esta acción también está amparada por la ley, al afirmar que, “Quien eluda sin autorización las medidas tecnológicas efectivas impuestas para controlar el acceso a una obra, interpretación o ejecución o fonograma protegidos, o que protege cualquier derecho de autor o cualquier derecho conexo al derecho de autor frente a usos no autorizados” (pág. 5, 2018).

Ya en términos de proceso, si se llega a descubrir algún caso de violación de los acuerdos establecidos en los términos y condiciones de la página, en cuanto a reconocimiento de la propiedad moral de los escritos, es decir, cuando se infringe en el derecho de autor, la persona debe reclamarlo; Si alguien utiliza algún relato, con fin comercial, sin dar la debida acreditación, el usuario puede citar a una conciliación a esta persona. Si no se concilia, el usuario puede demandar y la Dirección Nacional de Derechos de Autor puede actuar como juez para esa persona. El usuario debe demostrar su caso, y este se llevará a cabo con la DNDA.

Para finalizar, quisiera aclarar que el tema de derechos de autor no sólo era importante por las características del servicio que ofrece esta plataforma, si no para el proyecto en general; así que la plataforma ya se encuentra en revisión en la Dirección Nacional de Derechos de Autor en Colombia, para que quede registrada con mi nombre, ya que es importante dejar establecida la propiedad intelectual y patrimonial de esta plataforma, es decir, que se encuentre protegida ante la entidad de derechos de autor, y no pueda ser reclamada por un tercero que vea la página después y la plataforma se encuentre “desprotegida”. Además, que para el desarrollo web de la plataforma contraté a un tercero, en donde se iban organizando reuniones,

yo le iba mandando el material que necesitaba en cuanto a textos, y gráficos y él la programó a la medida que le pedí. Por lo tanto, una vez completada la plataforma, se llevó el contrato de cesión de derechos, en donde se establece que esta fue una obra por encargo, y todos los derechos sobre la plataforma son míos.

## Capítulo 5.

### PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y CONCLUSIÓN

Después de casi un mes de trabajo en el desarrollo de la plataforma, la página se lanzó oficialmente el 9 de abril de 2019. Aún le hacían falta cosas sobre todo a la página del perfil, pero fue a partir de este día que la presenté al público por medio de redes sociales (Facebook e Instagram), para que le dieran los primeros usos y poder tener una retroalimentación sobre qué cosas funcionaban y que no.

#### **Dificultades / sugerencias de los usuarios para la plataforma**

Las principales dificultades que encontré cuando salió la plataforma, fue la navegabilidad cuando los usuarios entraban desde el celular. Aunque el diseño también se hizo pensado para móvil, y se ven bastante bien las páginas de Home, Categorías, Contáctanos, y redes sociales, la sección del perfil era la que presentaba dificultades, ya que no permitía que los usuarios pudieran regresar al menú principal para poder añadir una historia, por lo cual, decidí añadir un botón de “escribir” para que apareciera directamente en el perfil del usuario, sin que tuviese que regresar o salir de la página y volver a iniciar sesión para poder hacerlo.

Adicionalmente, fue durante esta época que ocurrió el escándalo ocurrido en el centro comercial Andino, en donde una pareja gay fue multada por “comportamiento indecente”. Un usuario de Te Tengo Que Contar estuvo presente mientras esto sucedió, y tuvo la idea de compartir su testimonio en la plataforma. Luego, por medio de las redes sociales, los usuarios se dieron cuenta de este relato en específico, y empezaron a preguntar por la posibilidad de compartir en sus propias redes sociales este relato, ya que tenía gran relevancia mediática. Fue ahí cuando surgió la idea de añadir la opción de compartir las historias publicadas en la plataforma en Facebook, WhatsApp, Twitter o Messenger; lo cual me pareció una idea genial, y además hace parte fundamental de la característica transmedia que tanto quise resaltar durante mi proyecto. Esto permite que los relatos se expandan, puedan ser vistos a través de diferentes canales, y los usuarios puedan ser redirigidos de una manera más fácil y orgánica a la plataforma, no sólo para leer ese relato que algún conocido compartió en sus redes sociales,

sino también para quedarse interactuando con las demás funciones de la plataforma y tal vez se anime a compartir su propia anécdota.

## Resultados generales

En el momento en que logré sacar las 6 categorías de historias, las cuales son producto del análisis realizado en el contexto juvenil, saqué mis primeras hipótesis sobre cuáles serían las categorías más utilizadas, y cuales no tendrían casi resultado. Y hoy, un mes después, mis predicciones casi que se cumplieron, aunque debo admitir que la plataforma tuvo muchos más relatos en ciertas categorías de lo que esperaba:

En total hemos recibido 192 historias. Tuvimos entradas casi todos los días, lo cual me parece increíble, sobre todo porque tenía mis reservas al notar a lo largo de mi investigación que los jóvenes tenemos la tendencia a consumir más que a producir. La categoría con más relatos fue la de Otros (62), seguida de relaciones familiares (52 entradas), luego Amor (34), Relaciones sociales y viaje (29), en la u/ colegio/ trabajo (27) y, por último, Vida sexual y enfermedad (7).

Es importante aclarar que los usuarios tenían la opción de escoger más de una categoría para cada relato, por lo que ciertas categorías, sobre todo la de Otros, se repetían bastante. Sin embargo, esto demuestra que el hecho de que se utilizara tanto esta categoría, quiere decir que se debe ampliar o mejorar las categorías propuestas, además, que el hecho de que se hayan recibido tan pocas en la sección de categoría de vida sexual y enfermedad, no necesariamente quiere decir que los jóvenes no tengan historias para contar en este asunto, en mi opinión, esto se debe más a que sigue siendo un tema tabú en nuestra sociedad, el hecho de hablar de manera tan abierta sobre momentos tan íntimos, aunque realmente sí tuvimos algunas historias bastante directas y honestas frente a este tema, lo cual deja ver la “valentía” de ciertos jóvenes por contar su verdad.

A nivel de los relatos recibidos, se puede decir que existe de todo. La mayoría son sólo ideas, pequeñas anécdotas que no dejan de tener potencial narrativo, pero que no son historias desarrolladas. Hubo otras entradas que fueron mucho más amplias (el hecho de que sean amplias no tiene que ver con la calidad narrativa, algunos relatos fueron de unas cuantas líneas,

pero también eran poderosos) pero si, se veían enriquecidas por el nivel de detalle que el usuario decidió aportarle, la verdad es que me sentí inspirada leyendo la mayoría de estas historias. Algunas, porque describen claramente personajes, otras porque retratan universos dramáticos muy poderosos como la vida en un barrio, las situaciones que se dan en un aula de clase, en un viaje, etc. Me pareció maravilloso poder ver reflejado todo aquello que aprendí en mis clases de escritura para guion durante la universidad, por ejemplo, la historia de un chico que luchó incansablemente por lograr entrar a una escuela de fútbol, pero sus papás no tenían los recursos para hacerlo. Esta historia, tan simple, tan cotidiana, puede ser el siguiente guion de ficción para una telenovela, muestra una persona, con una motivación, un obstáculo, y una resolución de conflicto.

### Estadísticas

La plataforma tiene integrada la herramienta de Google Analytics, este es un programa que permite medir el comportamiento de los usuarios y ver cuáles fueron las páginas más visitadas, cuanto tiempo se mantuvieron, datos demográficos de los usuarios registrados, entre muchas otras cosas más. Las siguientes gráficas sacadas de Google Analytics, dan una idea general sobre el comportamiento de los usuarios de Te Tengo Que contar:

**Gráfica 3. Informe general de los usuarios**

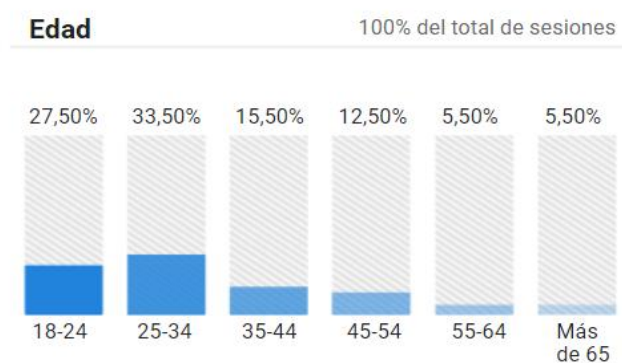


*Fuente: Google Analytics (2019)*

En total tenemos 548 usuarios registrados en la plataforma desde que empezó, con 1.319 inicios de sesión, 10.347 visitas, con una duración en promedio de 9 minutos por sesión. Entonces, esto nos demuestra que una gran mayoría de personas entraron a la página, sólo para poder leer en completo un relato tal vez, o sólo por hacer una prueba de cómo funciona, ya que, si tenemos 548 usuarios registrados, pero sólo 192 historias publicadas, esto quiere decir que el resto de las personas tomaron la decisión de registrarse para poder navegar sin problema en la plataforma, ya que, para poder leer por completo cualquier relato, es necesario registrarse e iniciar sesión. El tiempo de duración media de la sesión también es importante, por que demuestra que esta es una plataforma que se puede “consumir” en tiempos cortos, escribir una historia es fácil y rápido, pues es sólo llenar el formulario que se abre al darle clic en escribir, que por el tiempo promedio que muestra la gráfica, da a entender que en menos de 5 minutos es posible entrar a escribir una historia o a leer alguna.

La segunda parte de la gráfica muestra que la mayoría (66%) son usuarios nuevos, y el resto son usuarios que han regresado. Esto es clave, porque demuestra que se necesita crear estrategias para que más usuarios decidan regresar a la página, y no entren, compartan una historia, y luego no regresen más.

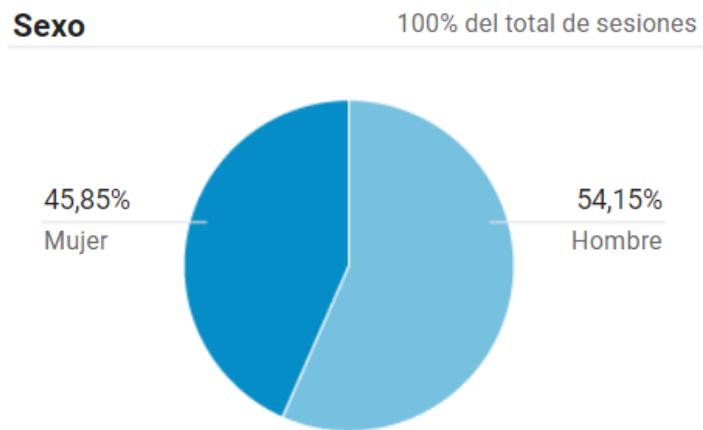
#### Gráfica 4. Edad usuarios



*Fuente: Google analytics (2019)*

La gráfica evidencia que mayoría de los usuarios están entre los 18 y los 34 años. Lo cual me parece que está dentro del rango que se quería lograr, como target para esta plataforma. Claro, el hecho de que haya superado los 25 años hace que se aleje un poco de la idea inicial del proyecto, pero la mayoría de los relatos fueron contados por jóvenes.

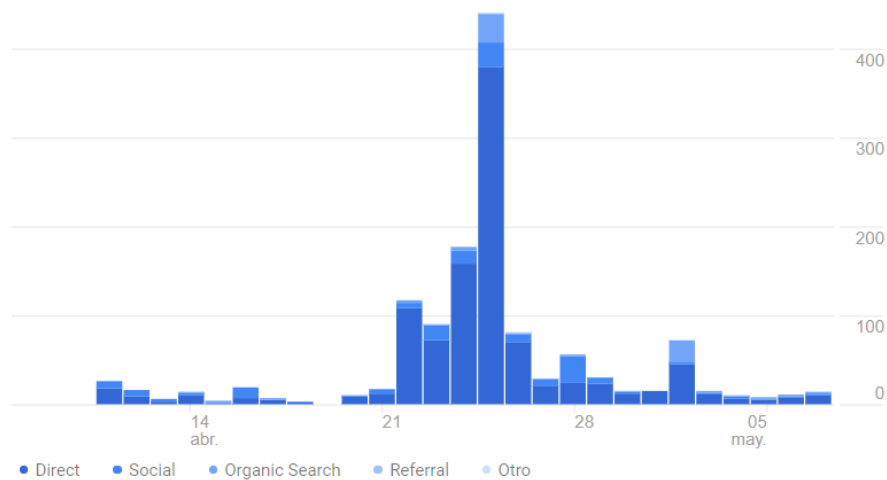
**Gráfica 5. Sexo de los usuarios**



*Fuente: Google analytics (2019)*

La mayoría de los usuarios son hombres (54%); este resultado, concuerda con la investigación inicial, en dónde se encontró que, en los últimos años, la población masculina ha crecido un poco más, cuando antes era el contrario.

**Gráfica 6. Fuente / medio**



*Fuente: Google analytics (2019)*

La anterior gráfica demuestra que la mayoría de los usuarios entraron de manera orgánica, y directamente a la plataforma, el segundo medio utilizado para entrar fue por medio



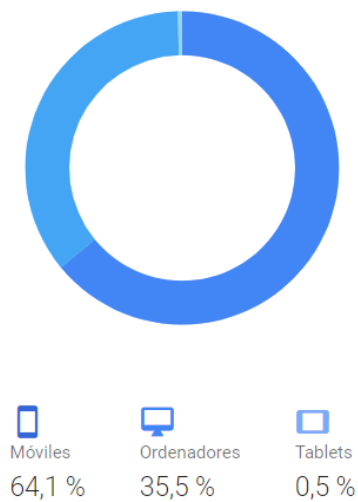
de las redes sociales, principalmente a través de Instagram. En este punto quisiera detenerme un poco para hablar sobre los medios de promoción de la página que utilicé principalmente, y que fueron:

**Charla:** Realizada en un colegio público de Bogotá, ubicado en la localidad de patio bonito, llamado Codema i.e.d. Estuve en los salones de 9no, 10mo y 11 grado, presentando el proyecto, mostrando el video animado, el cual explica cómo utilizar la plataforma y tomando preguntas de los alumnos. Los alumnos de grados bajos fueron un poco más “tímidos”, no hicieron casi preguntas, pero los alumnos mayores se notaron más interesados en el proyecto, me preguntaron cosas desde: sí se podían ingresar más de un relato a la vez, si sus nombres aparecerán cuando publicaran, qué clase de historias se podían compartir, si hay algún límite de espacio para escribir, e incluso, un chico me preguntó si desarrollaría una aplicación para descargar, en vez de la página. Esta retroalimentación me fue de gran ayuda para poder tener un panorama sobre cómo presentar la plataforma, que dudas y/o dificultades pueden surgir, como explicar mejor todo el concepto, etc.

**Redes sociales:** se creó una página de Facebook y de Instagram. En Facebook se compartió, de nuevo, el video animado con un texto que explica en qué consiste el proyecto, luego se continuaron compartiendo algunos de los posts que se hacían en Instagram, y también se compartían directamente relatos de la página. En un mes obtuvimos 31 “me gusta” en la página de Facebook y 131 seguidores en Instagram. Para Instagram, se manejó una estrategia de expectativa, en donde tomé la frase inicial cada relato subido a Te Tengo Que Contar, la puse en una pieza gráfica llamativa, y siempre terminaban en “si quieres saber cómo termina, entra a [www.tetengoquecontar.com](http://www.tetengoquecontar.com)”. Además, aquí compartí las actividades que se realizaron en la ida al colegio, fotos de los alumnos utilizando la página, haciendo preguntas, etc.

**Voz a voz:** Le comenté a todas las personas que pude en mi círculo social, en la universidad, amigos de mis hermanos, compañeros de trabajo ¡en fin! Para que al menos entraran a la plataforma y me comentaran qué les parecía. Adicionalmente, decidí rifar un bono de \$50.000 en Crepes & Waffles para incentivar aún más a que los jóvenes produjeran escritos, y no sólo se quedarán leyendo.

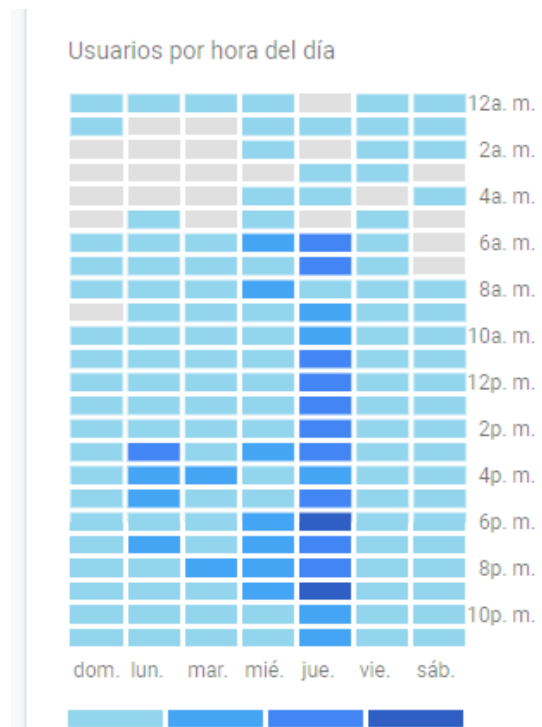
### Gráfica 7. *Dispositivos*



*Fuente: Google analytics (2019)*

La gráfica muestra claramente que el dispositivo predilecto por los usuarios para entrar a la plataforma es por medio del celular, lo cual concuerda también con los datos revelados en la investigación realizada al principio de este trabajo, en donde se evidenció que casi el 90% de los jóvenes en Bogotá tienen acceso a un celular. Es por esto por lo que hoy en día es clave que las plataformas sea responsive, es decir, que se adapten a todos los formatos de pantalla, sea en un PC, tabletas y móviles. Para que así los usuarios se sientan más cómodos, puedan entrar a la plataforma rápido, fácil y sin necesitar de mucho.

### Gráfica 8. *¿Cuándo acceden los usuarios?*



Fuente: Google Analytics (2019)

Se encontró que la hora en la que más se conectaron los usuarios a la página web fue a las 6:00 pm y 8:00 pm. Esto se puede deber que esta es una hora en la que los jóvenes están de regreso a casa, tienen tiempo libre, no están estudiando, o trabajando, y es aquí cuando deciden “entretenerse” o se pueden tomar el tiempo de escribir un relato.

### Gráfica 9. Páginas visitadas

	10.347 % del total: 100,00 % (10.347)	10.347 % del total: 100,00 % (10.347)
1. /	1.574	7.582,13 %
2. /temas	1.530	7.367,38 %
3. /Home	1.129	5.410,24 %
4. /login	1.055	5.049,08 %
5. /login/registro	398	1.842,50 %
6. /categoria/amor	358	1.647,27 %
7. /categoria/relaciones-familiares	153	646,74 %
8. /categoria/en-la-ucolegiotrabajo	146	612,57 %
9. /categoria/otros	136	563,77 %
10. /categoria/relaciones-sociales-y-viaje	120	485,68 %

Fuente: Google Analytics (2019)

La gráfica nos da un panorama general sobre el comportamiento de los usuarios al entrar a la plataforma. La mayoría (como es de esperar) entra a la imagen de inicio, luego navegan la

sección de Home, seguido de esta, entran a LOGIN, ya que, como se explica en el video, es necesario estar registrado tanto para leer por completo, como para escribir o usar un relato. Lo curioso es que el número de usuarios que decide visitar la página de registro es mucho menor que los que simplemente hacen clic en LOGIN. Esto tal vez puede significar que nos sigue dando “pereza” registrarnos en alguna página, así sea en este caso bastante rápido el registro. Seguido del registro, la página de la categoría de “amor” es la que cuenta con más vistas dentro de la sección de categorías, seguida de relaciones familiares, en la u/colegio/trabajo, otros y por último relaciones sociales y viaje. La sección de “nosotros” y la de “contacto” casi no tuvieron vistas, esto demuestra que, aunque sigue siendo importante tener esta información en las plataformas, los usuarios por lo general entran directamente a explorar la página de inicio, si les interesa, se animan a registrarse y usarla; más no se toman el trabajo de explorar la plataforma por completo.

Es interesante ver, cómo de ese 100% de personas que vieron la página, el número de vistas se reduce a medida que navegan la página, y sólo un pequeño porcentaje fue el que decidió completar el registro, visitar las páginas, etc. Sin embargo, para el tiempo que ha durado la página abierta al público, la acogida ha sido buena, ya que en un mes se lograron 10, 347 visitas.

## **En conclusión**

Este proyecto, que surgió como una simple idea después de clase y en medio de un bloqueo mental que tuve para escribir mi propio guion, ha sido muchísimo más satisfactorio de lo que me esperaba. Haciendo la investigación sobre el contexto social juvenil, dudé mucho sobre si los jóvenes se animarían a escribir, y no se quedarían sólo leyendo. Aunque en cierta medida, este fue el caso, ya que las estadísticas de la página muestran una diferencia importante entre el número de visitas, con el número de registros, la página de todas maneras se logró sostener gracias a los relatos de algunos que sí se animaron.

La plataforma contó con los elementos necesarios para la creación de una narrativa transmedia, pues, el contenido de la plataforma fue distribuido en diferentes canales de comunicación, potenciando la pluralidad de representaciones, explorando vivencias individuales pero que al mismo tiempo podrían verse como colectivas, ya que la idea inicial

del proyecto era poder reflejar así fuera en lo más mínimo, una comunidad que vive, sufre, experimenta vivencias en común, que no están en un libro de teorías sobre la cotidianidad juvenil, sino que sólo poniendo a los mismos protagonistas a contar sus historias, es que se pueden sacar patrones en común y conocer de primera mano su vida. **Esto también se relaciona con otro elemento vital para la creación de narrativas transmedia, en el sentido de que, aunque la plataforma se compone de una pluralidad de historias y mundos, todas están encerradas bajo un universo en común: La cotidianidad juvenil.** Y esto es lo que Jenkins mencionaba que es importante mantener, y es la **coherencia interna.**

Adicionalmente, se alcanzó a tener una participación considerable por parte del público juvenil bogotano, no todos en un rol activo, pero si logramos contar con nuevos contenidos, que se pueden expandir de la historia original. Claro, hace falta trabajar en esta parte, ya que la plataforma sigue en fase inicial, pero desde ya estoy trabajando en conjunto con profesores de la facultad de comunicación, para que utilicen esta plataforma como herramienta de trabajo en las mismas clases en donde una vez estuve yo sentada. Por ejemplo, se está evaluando la posibilidad de implementarla en la clase de escritura para TV, en donde prácticamente cada semana los estudiantes deben escribir guiones, historias, perfil de personajes, universos dramáticos, entre otros. Considero que Te Tengo Que Contar sería de gran ayuda para estos estudiantes que necesitan explorar otros mundos, y logren afinar su talento para descubrir el potencial narrativo de aquellas anécdotas que para otros pueden pasar desapercibidas.

Lancé la plataforma sin saber qué esperar, y las personas empezaron a preguntarme si la quisiera continuar desarrollando la plataforma más a futuro. La respuesta es sí. Este proyecto puede incluso, convertirse en un modelo económico, en un emprendimiento, ya que tiene potencial para llevarlo a un nivel más allá de un trabajo estudiantil. Al ser esta plataforma muy similar a las nuevas modalidades de comercio en las que se ofrece un servicio, tal cual como lo hace Uber o Rappi, en donde, ¿necesitas un carro? Uber te conecta con un conductor que puede llevarte, lo mismo podría funcionar para Te Tengo Que Contar ¿Tienes una historia para contar? ¡Te contactamos con un joven guionista que está buscando una! Se pueden generar alianzas poderosas a través de un solo lugar que reuniría diferentes talentos.

**Ese servicio de conectar necesidades tiene un valor. Sin tener en cuenta que más allá de pagar por el “uso” de algún relato,** el verdadero valor está en esas conexiones que se podrán generar. Esto puede dar lugar a generar proyectos de co-escritura, talleres de guion entre

expertos y principiantes, y en general la creación de una comunidad de creativos y jóvenes que pueden incluso llegar a descubrir un talento que no conocían y una satisfacción de ver que lo que te sucede a ti, quizás genera identificación con muchos más, que hay otros que se sorprenden, se conmueven, se ríen con una simple historia sobre algo que te sucedió mucho o poco tiempo. Que no se necesita tener un talento especial para poder contar relatos, pero sí pueden llegar a ser explotadas en un nivel mucho más profesional, completo y profundo. Este proyecto me hizo reafirmar aquello que aprendí en mis clases de audiovisual: Las mejores historias están afuera, en la calle, en lo que le pasó al vecino, al amigo, a la anécdota sobre la noche anterior. Lo único que hice fue encontrar un grupo en específico que siempre me interesó (los jóvenes), diseñar y crear un espacio para reunir sus vivencias y darles la oportunidad a otros, como yo, de potenciar todas estas pequeñas historias que de una u otra forma, pueden llegar a ser inspiradoras, y así lograr convertir la cotidianidad juvenil en ficción.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaldía de Bogotá (2014) estudio distrital de juventud, recuperado el 15 de enero de 2019 de [http://old.integracionsocial.gov.co/anexos/documentos/2\\_cdv/catalogo\\_2014/Estudio%20J%2014%202014.pdf](http://old.integracionsocial.gov.co/anexos/documentos/2_cdv/catalogo_2014/Estudio%20J%2014%202014.pdf)
- Amador-Baquiro, J. C. (Enero-Junio de 2018). Educación interactiva a través de narrativas transmedia: Posibilidades en la escuela. *Revista Internacional de Investigación en Educación*, 10(21), 77-97. Recuperado el 19 de Marzo de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/324554677\\_Educacion\\_interactiva\\_a\\_traves\\_de\\_narrativas\\_transmedia\\_posibilidades\\_en\\_la\\_escuela](https://www.researchgate.net/publication/324554677_Educacion_interactiva_a_traves_de_narrativas_transmedia_posibilidades_en_la_escuela)
- Atarama-Rojas, T., & Menacho-Girón, N. (2017). Narrativa transmedia y mundos transmediales: Una propuesta metodológica para el análisis de un ecosistema mediático, caso Civil War. *Revista de Comunicación*, 34-56. Recuperado el 19 de Marzo de 2019, de [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3297/INF\\_213.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3297/INF_213.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Barreneche, C; Polo, N (2018), *Alfabetismos Transmedia en Colombia: estrategias de aprendizaje informal en jóvenes gamers en contextos de precariedad*, recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/327369863\\_Alfabetismos\\_Transmedia\\_en\\_Colombia\\_estrategias\\_de\\_aprendizaje\\_informal\\_en\\_jovenes\\_gamers\\_en\\_contextos\\_de\\_precariedad\\_Transmedia\\_Literacy\\_in\\_Colombia\\_Informal\\_learning\\_strategies\\_of\\_young\\_gamers\\_in\\_pr](https://www.researchgate.net/publication/327369863_Alfabetismos_Transmedia_en_Colombia_estrategias_de_aprendizaje_informal_en_jovenes_gamers_en_contextos_de_precariedad_Transmedia_Literacy_in_Colombia_Informal_learning_strategies_of_young_gamers_in_pr)
- Benedit, T; Rodriguez, E; Sarmiento, L; Puentes, J; Sierra, J, (2004) *Políticas Públicas de Juventud en América Latina: Empoderamiento de los jóvenes, enfoques integrados, gestión moderna y perspectiva generacional*. Recuperado el 14 de marzo de [www.colombiajoven.gov.co/doc\\_politicas.htm](http://www.colombiajoven.gov.co/doc_politicas.htm)
- Convenio de Berna, “Para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas” Aprobado por la LEY 33 de 1987, París, 24 de julio de 1971. Recuperado el 11 de abril de 2019 de: <http://www.derechodeautor.gov.co/documents/10181/13104/BERNA.pdf> (06/05/2019).

Chiroque, M (2017) *La metafísica del internet*, capítulo 2 *Hipertexto del reto al mito*, Universidad Nacional del Santa, Perú.

Dematei, S (2019) ¿Qué es cuentos de viejos? , Recuperado el 3 de febrero de 2019 de <http://cuentosdeviejos.com/que-es-cuentos-de-viejos/>

Enciclopedia Británica (2018), adolescence, recuperado el 13 de febrero de <https://www.britannica.com/science/adolescence#accordion-article-history>

Farran Texeidó, E. (2014). *Storytelling como herramienta y mejora de la eficacia en publicidad. Análisis de los casos Aquarius y BMW en televisión (1992-2010)*. Tesis de grado, Univesitat Jaume I de Castelló, España.

Gómez, J. (18 de Octubre de 2014). TEDxTransmedia. *Jeff Gomez - DAREtoCHANGE*. Recuperado el 19 de Marzo de 2019, de <https://www.youtube.com/watch?v=p9SIVedmnw4>

Jenkins, H. (2008). *Convergencia cultural*. Barcelona: Editorial Paidós.

Jenkins, H., & otros. (2015). *Cultura transmedia: La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Barcelona, España: Editorial Gedisa.

Jenkins, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A., & Weigel, M. (2006). *Confronting challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. Chicago: MacArthur Foundation. Recuperado el 11 de marzo de 2019 de <http://digitalllearning.macfound.org/>

Ley No. 1915, Por la cual se modifica la ley 23 de 1982 y se establecen otras disposiciones en materia de derecho de autor y derechos conexos, Bogotá, Colombia, 12 de julio 2018, recuperado el 20 de abril de 2019 de: <http://derechodeautor.gov.co/documents/10181/182597/LEY+1915+DEL+12+DE+JULIO+DE+2018.pdf/e29d68a7-1250-4204-a0dd-6c511130d912> (06/05/2019)

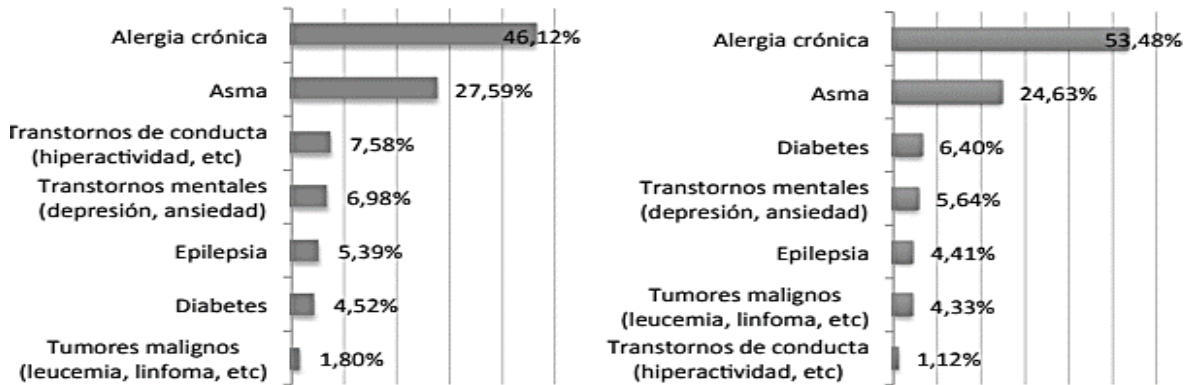
Loizate Fondevila, M. (2015). *Storytelling transmedia: Factores que influyen en la participación activa del usuario en campañas publicitarias basadas en estrategias de storytelling transmedia*. Barcelona, España: Universidad Autónoma de Barcelona.



- Mario Margulis y Marcelo Urresti (1998) *La construcción social de la condición de juventud*, recuperado el 25 de marzo de 2019 de: [https://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/mario\\_margulis\\_y\\_marcelo\\_urresti\\_-\\_la\\_construccion\\_social\\_de\\_la\\_condicion\\_de\\_juventud\\_urresti.pdf](https://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/mario_margulis_y_marcelo_urresti_-_la_construccion_social_de_la_condicion_de_juventud_urresti.pdf)
- Obando, C (2017) *Perversiones digitales ciberactivismo, producción transmedia y cultura hacker*, Medellín: Universidad de Antioquia
- Obando, C. (Diciembre de 2015). *Las narrativas transmedia en el escenario local-global*. Revista *VERBUM*, 10(10), 63-77. Recuperado el 19 de Marzo de 2019, de <https://repository.usergioarboleda.edu.co/bitstream/handle/11232/881/Las%20narrativas%20ransmedia%20en%20el%20escenario%20local%20global.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Pérez Pérez, J. (2016). *Creando universos: La narrativa transmedia*. Tesis de grado, Universitat Oberta de Catalunya, España.
- Rivera, D. (12 de Octubre de 2012). *¿Qué es transmedia y storytelling?* Recuperado el 19 de Marzo de 2019, de <https://agencia.best/blog/transmedia-y-storytelling>
- Snijders, E. (3 de Marzo de 2015). *Storytelling como estrategia de contenido*. Recuperado el 19 de Marzo de 2019, de <http://www.evasnijders.com/es/storytelling-como-estrategia-de-contenidos/>
- Supelano, P (2012) *Narratopedia: Experiencias de expresión colectiva en la web*. Recuperado el 2 de Marso de 2019, de <https://www.javeriana.edu.co/pesquisa/narratopedia-experiencias-de-expresion-colectiva-en-la-web/>
- UNICEF, (2004) *Construcción de Políticas de Juventud: Análisis y Perspectivas*, Recuperado el 15 de abril de 2019 de <https://www.unicef.org/colombia/pdf/PoliticasyJuv1.pdf>

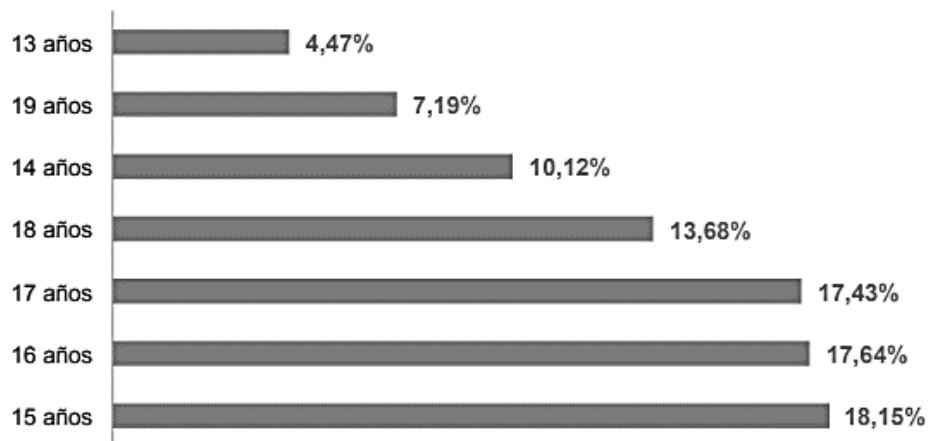
## ANEXOS:

Gráfica 1



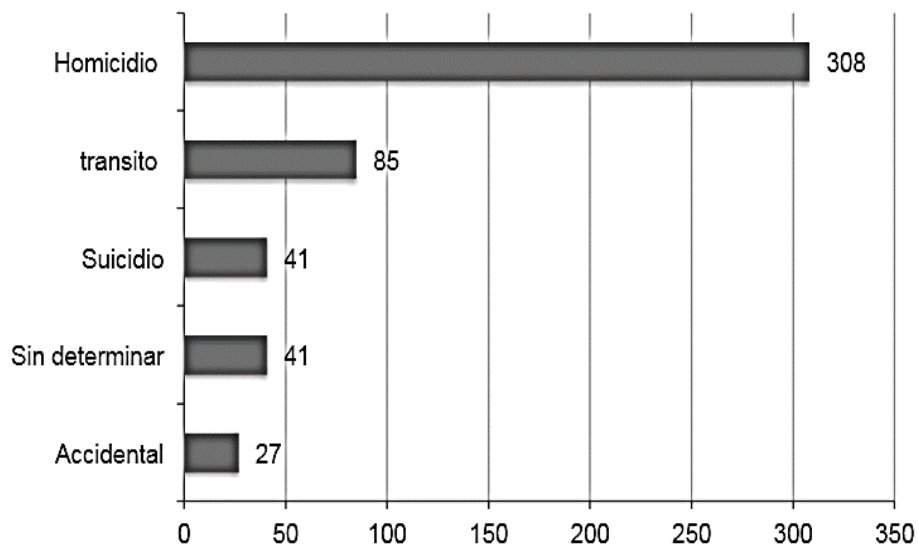
Fuente: estudio J14 – Estudio distrital de la juventud. Datos de la EMB

Gráfica 2 *Mujeres embarazadas*



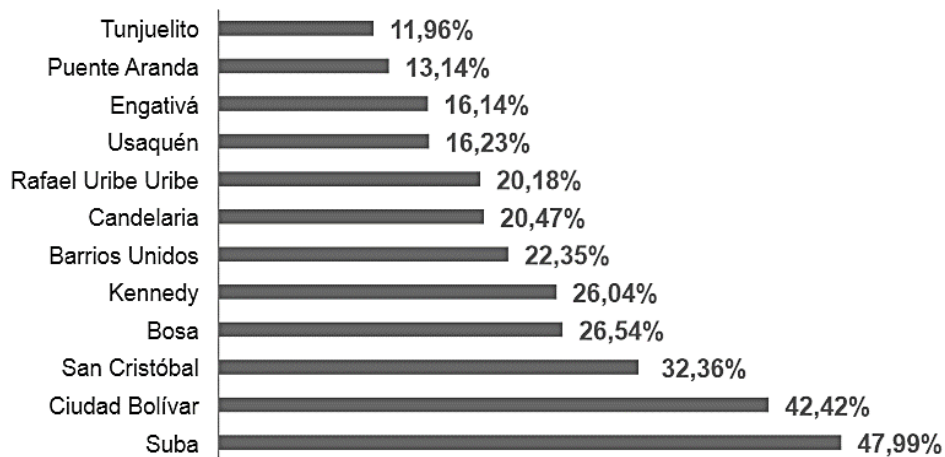
Fuente: Elaboración propia. EDDS.

**Gráfico 4 Muertes violentas según causa, para personas entre los 15 y los 29 años.**

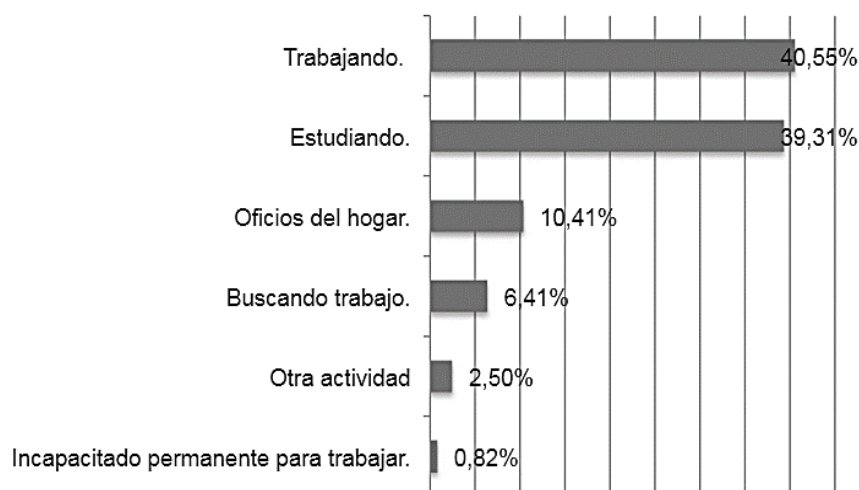


*Fuente: EDDS*

**Gráfica 5 Mujeres jóvenes que temen contarle a su pareja sobre su estado de embarazo. Clasificación por localidad.**



**Gráfica 6 Actividades en las que los jóvenes ocupan su tiempo**



Fuente: Elaboración propia. Datos de la EMB.

### **TÉRMINOS Y CONDICIONES PARA LA PÁGINA WEB DE Te Tengo Que Contar www.tetengoquecontar.com (la “Página Web”)**

**Estas condiciones de uso regulan el acceso y la utilización libre y gratuita de la Página Web e implica el expreso e íntegro conocimiento y aceptación de los presentes términos y condiciones. El Usuario que no esté de acuerdo con los presentes términos y condiciones tiene el pleno derecho de no acceder a la Página Web. No obstante, se entiende que para el uso de la Página Web deberá demostrarse plenamente la aceptación expresa, íntegra, total y sin condiciones de los siguientes términos y condiciones.**

**1. Objeto.** Los presentes términos y condiciones regulan la relación entre el Usuario y la plataforma web Te Tengo Que Contar respecto al acceso y el uso por parte del Usuario de la Página Web. El Usuario, al ingresar a la Página Web a través de cualquier modalidad o medio conocido o por conocerse y/o usarla, queda obligado bajo los mismos.

Te Tengo Que Contar (#TTQC) es una plataforma transmedia. El proyecto nace bajo la dirección de Estefanía Gordillo, con el propósito de darle vida a todos esos micro relatos, historias, anécdotas, etc. que los jóvenes en Bogotá viven a diario, mediante el apoyo de otros estudiantes bogotanos, para la creación de guiones de ficción en un futuro. El proyecto es la tesis de pregrado de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Javeriana.

**2. Usuarios.** Podrán usar la Página Web, las personas naturales que cumplan la totalidad de los siguientes requisitos, además de cualquier otro establecido en el presente documento:

- 2.1 Ser mayor de edad.
- 2.2 En caso de ser menor de edad: Tener autorización y supervisión expresa de los padres o curadores legales.
- 2.3 Aceptar los presentes términos y condiciones; y
- 2.4 Aceptar el tratamiento de los datos personales (los “Usuarios” y/o el “Usuario”).

### 3. Clases de Usuarios:

3.1 Adultos jóvenes, mayores de edad registrados y que acepten los presentes términos y condiciones.

3.2 Menores de edad: Aquellos entendidos por la ley colombiana como menores de 18 años o que se encuentren en el régimen de incapaces y que sus padres y/o curadores legales hayan aceptado los términos y condiciones.

Si el usuario es un menor de edad, el término de usuario incluye a sus padres tutores. En consecuencia, el usuario debe leer atentamente las condiciones generales en cada una de las ocasiones en que se proponga utilizar cualquiera de las páginas.

**4. Alcance de los términos y condiciones.** Los presentes términos y condiciones rigen íntegra y totalmente el uso de la Página Web, por lo tanto al hacer CLIC en ACEPTO TÉRMINOS Y CONDICIONES ubicado en el formulario de registro de la Página Web, el Usuario manifiesta su entendimiento y aceptación íntegra y total de los presentes términos y condiciones, así como de las directrices, normas, avisos y otras condiciones y términos adicionales publicados en la Página Web, los cuales hacen parte integrante de los presentes términos y condiciones.

**5. Modificaciones.** Te Tengo Que Contar puede modificar los presentes términos y condiciones en cualquier momento. Constituye conocimiento y aceptación de las modificaciones a estos términos y condiciones que los Usuarios con posterioridad a que Te Tengo Que Contar haya modificado la Página Web acceda o la utilice.

**6. Actualizaciones.** Te Tengo Que Contar no está obligado a proporcionar actualizaciones o mejoras de la Página Web. Sin embargo, si Te Tengo Que Contar, a su entera discreción, actualiza, cambia, disminuye o mejora la Página Web, se aplicarán los presentes términos y condiciones a dichas actualizaciones, cambios, disminuciones, mejoras, etc., a menos de que se indique lo contrario de forma explícita.

**7. Software.** El Usuario directamente o a través de un tercero no podrá utilizar ningún software, servicio o aplicación que modifique, cierre, restrinja, o redirija, o intente modificar, cerrar, restringir o redirigir la Página Web. El Usuario no accederá a la Página Web utilizando medios automatizados (como harvesting bots, robots, arañas o scrapers), ni podrá permitir que un tercero tenga acceso y/o utilice la Página Web en su nombre o por su cuenta mediante un proceso automatizado como, por ejemplo, robots o rastreadores web o almacenamiento periódico de la información contenida en la Página Web. El Usuario acepta ser el único responsable (frente a Te Tengo Que Contar y terceros) de todas las actividades que realice en la Página Web, y mantendrá indemne a Te Tengo Que Contar, sus empleados, accionistas, socios, filiales, representantes, distribuidores, contratistas y/o proveedores de servicios, etc., (en adelante las "Partes Indemnizables") por este concepto. El Usuario no podrá usar ningún software ni hardware que reduzca el número de Usuarios que tienen acceso o utilizan la Página Web.

**8. Cláusula de exoneración sobre propiedad intelectual.** Te Tengo Que Contar actúa como mero intermediario entre los Usuarios lo que implica que, la regulación sobre los contenidos subido a la Página Web no debe ser verificados ni garantizador por Te Tengo Que Contar. Por ende, Te Tengo Que Contar no se responsabiliza respecto de los contenidos en las siguientes condiciones:

- (i) Sobre los derechos de propiedad intelectual de un Usuario o un tercero que se vea afectado.
- (ii) No garantiza la veracidad del contenido.

- (iii) Sobre la información subida por los Usuarios en caso de que sea inmoral, inapropiada, difame o cause perjuicios a cualquier persona.

Los Usuarios podrán utilizar el contenido subido a la Página Web y en caso de que sea utilizado para obtener beneficios económicos o de cualquier otra clase, se entenderá que las licencias y cesiones que deban presentarse serán manejados internamente por los Usuarios y a disposición de los mismos. Te Tengo Que Contar de la misma manera, se exonera de responsabilidad frente a los posibles conflictos jurídicos que se presenten entre los mismos toda vez que, actúa como intermediario.

El contenido compartido por los usuarios registrados en la Página Web, no le pertenece y pertenecerá a Te Tengo Que Contar, la propiedad moral del contenido suministrado a la Página Web por los usuarios le pertenece al usuario que originalmente envía el relato.

El Usuario declara conocer y acepta que su obra, de cualquier naturaleza, no estará protegida en la Página Web sino que al contrario, los demás Usuarios podrán utilizarla libremente, a menos de que a disposición propia y única de los Usuarios, se dispongan negociaciones sobre los derechos patrimoniales de las mismas.

**9. Usos de la Página Web.** Aceptado los presentes términos y condiciones, el Usuario no puede utilizar la Página Web para hacer publicidad ni ofertas de compra o venta de productos o servicios, ni para llevar un negocio o desarrollar una actividad empresarial o una explotación comercial de cualquier tipo sin el consentimiento explícito, escrito y previo de Te Tengo Que Contar.

El Usuario no (i) utilizará la Página Web en encuestas, concursos, sistemas piramidales, cadenas de mensajes, correo no deseado, correo masivo ni en ningún mensaje repetitivo, de gran difusión o no; (ii) difamará, abusará, acosará, espionará, amenazará ni infringirá de ningún otro modo los derechos legales de otras personas (tales como el derecho a la privacidad) que utilicen la Página Web; (iii) creará una falsa identidad con el fin de desorientar a otros usuarios o a Te Tengo Que Contar; (iv) publicará, transferirá, distribuirá, ni divulgará en la Página Web ningún tema, nombre, información o material inadecuado, irreverente, difamatorio, obsceno, indecente, intimidatorio, ilegal o que incite a la violencia; (v) transferirá, ofrecerá secuencias ni proporcionará de ningún otro modo archivos u otro material que contenga imágenes, fotografías, software u otro material protegido por los derechos de la propiedad intelectual, el derecho a la privacidad o de imagen, a menos que tenga la propiedad o el control de los derechos correspondientes o haya recibido todos los consentimientos necesarios para proceder de tal forma; (vi) utilizará ningún material, obras o información, incluidas imágenes, textos y fotografías, que se proporcionen a través de la Página Web en forma alguna que infrinja derechos de terceros; (vii) transferirá, ofrecerá secuencias ni proporcionará de ningún modo archivos u otro material que contenga virus, "troyanos", "gusanos", bombas de tiempo, programas de borrado, archivos dañados o cualquier otro programa o software similar que pueda perjudicar el funcionamiento de los equipos de terceros, los de Te Tengo Que Contar y/o las Partes Indemnizables; (viii) infringirá ningún código de conducta ni ninguna directriz que sea aplicable a la Página Web;

Tengo Que Contar se reserva la facultad de quitar la información publicada en la Página Web por el Usuario cuando lo considere necesario, sin previo aviso, y no se hará responsable por la pérdida de dicha información en caso de que el Usuario no tenga copia de la misma.

Te Tengo Que Contar respeta las normas y derechos de terceras personas e invita y exige a los Usuarios que también lo hagan. Por lo tanto, ningún Usuario podrá subir a la Página Web o utilizar en la Página Web materiales o bienes protegidos por derechos de propiedad intelectual respecto de los que no sea titular o licenciatario autorizado para su uso. Cualquier uso no autorizado, a juicio de Tengo Que Contar, le permitirá a Tengo Que Contar bloquear al Usuario de la Página Web.

**Uso de la página web para lectores:** (i) Acepta hacer un uso adecuado de la Página Web, incluyendo la sección de comentarios, donde se compromete a no propagar mensajes inadecuados, irreverentes, difamatorios, obscenos indecentes, intimidatorios, o que incite a la violencia, a riesgo de ser bloqueado de la Página Web a juicio del equipo de Te Tengo Que Contar; (ii) Registrarse en la Página Web al momento de hacer clic en el título del relato, el cual llevará al Usuario al link completo del relato cuando el lector quiera terminar un relato y (iii) Reconoce que la información proporcionada en el formulario de registro es veraz, aceptando los términos y condiciones de la página; (iii) No creará una falsa identidad con el fin de desorientar a otros usuarios o a Te Tengo Que Contar.

**Uso de la página web para escritores de relatos:** Se compromete a (i) Registrarse al momento de ingresar a la Página Web (ii) Reconoce que la información proporcionada en el formulario de registro es veraz, aceptando los términos y condiciones de la página (iii) el Usuario puede elegir que su relato sea compartido de manera anónima y no autorizar la divulgación de sus datos personales como nombre, teléfono y/o correo electrónico en el caso de que un tercero registrado en La Página desee usar su relato; En caso de no hacer clic en esta opción proporcionada dentro del formulario de envío de la historia, el Usuario reconoce que cede el derecho a Te Tengo Que Contar de compartir su correo electrónico y/o teléfono con el Usuario que haya dado clic en la opción “usar historia” (iv) El Usuario reconoce que es el autor intelectual y moral de la obra que sube a la Página Web; y que (v) Cede los derechos patrimoniales sobre la obra en caso de que esta logre obtener alguna remuneración económica a futuro; (vi) Acepta que una vez el escrito sea enviado, le está otorgando el derecho a Te Tengo Que Contar de distribuirlo en la Página Web; (vii) Te Tengo Que Contar no se hace responsable por cualquier tipo de contacto que se haga a futuro, negociación comercial, económica, publicitaria, de manera personal, en el caso de que un tercero registrado en la página desee hacer uso del relato y además contactar directamente a la persona que originalmente envió este relato; (viii) el Usuario reconoce que mantiene indemne a Te Tengo Que Contar en el caso de que se produzca cualquier infracción a la ley de derechos de autor (ix) Autoriza a la modificación, alteración, adaptación, extensión, transmisión, publicación, distribución, reelaboración, de la obra original, protegido bajo ley de derechos de autor.

**10. Uso de la página para realizadores que deseen adaptar relatos:** (i) Acepta registrarse en la Página Web al momento de hacer clic en el título del relato, el cual llevará al Usuario al link completo de la obra cuando el realizador quiera terminar de leer un relato y (iii) Reconoce que la información proporcionada en el formulario de registro es veraz, aceptando los términos y condiciones de la página; (iii) No creará una falsa identidad con el fin de desorientar a otros usuarios o a Te Tengo Que Contar; (iv) reconoce que es su obligación notificar mediante la Página Web, haciendo clic en el botón de usar historia, cada vez que el Usuario desee hacer uso de cualquier relato disponible en la Página Web, ya sea para adaptarlo, modificarlo, extenderlo, publicarlo, reelaborarlo; (v) reconocerá siempre los derechos morales que tiene el usuario que envió originalmente la obra, en caso de ser anónimo, (vi) el Usuario dará reconocimiento a la

plataforma web que distribuyó el relato de dónde surgió la inspiración, para la adaptación de la obra original, (vii) el Usuario no está en la obligación de dar un reconocimiento patrimonial al Usuario que originalmente envió la obra; (viii) es a decisión del Usuario si desea ponerse en contacto con el Usuario que originalmente envió la obra a la Página Web; (ix) Te Tengo Que Contar no se hace responsable por cualquier tipo de contacto que se haga a futuro, negociación comercial, económica, publicitaria, de manera personal, en el caso de que un tercero registrado en la página desee hacer uso del relato y además contactar directamente a la persona que originalmente envió este relato; (x) el Usuario reconoce que mantiene indemne a Te Tengo Que Contar en el caso de que se produzca cualquier infracción a la ley de derechos de autor.

Usted podrá notificar a Te Tengo Que Contar al correo ttengoquecontar@gmail.com en caso de que tenga conocimiento que algún material en la Página Web, infringe sus derechos de propiedad intelectual o los de un tercero.

**11. Supervisión.** Al aceptar los términos y condiciones de la Página Web, el Usuario autoriza a Te Tengo Que Contar a supervisar y/o grabar en cualquier momento las comunicaciones, transferencias de datos, intercambios de archivos, proceso de navegación, etc. con el fin de verificar el cumplimiento de los términos y condiciones y en particular a efectos de (i) garantizar el cumplimiento por parte del Usuario de los términos y condiciones; (ii) cumplir con la ley y procedimientos legales aplicables; o (iii) proteger los derechos, la propiedad y los intereses de Te Tengo Que Contar, las Partes Indemnizables y/o el público en general; y/o (iv) supervisar la prestación de los servicios de Te Tengo Que Contar también se reserva el derecho a modificar, negarse a transferir o retirar cualquier información o material, en todo o en parte, a la entera discreción de Te Tengo Que Contar incluso de la totalidad de la Página Web, sin necesidad de aviso previo al Usuario. El cierre de la Página Web por parte de Te Tengo Que Contar se efectuará a entera discreción de Te Tengo Que Contar y no generará el pago de comisión, precio, indemnización, cláusula penal, honorario, bonificación, compensación o en general pago alguno para el Usuario.

## **12. Manejo de Información del Usuario.**

12.1 Al aceptar los presentes términos y condiciones, el Usuario autoriza a Te Tengo Que Contar a recopilar, almacenar, procesar, actualizar y utilizar la información personal del Usuario que consistente en: nombre, apellidos, teléfono, correo electrónico, para la base de datos de Te Tengo Que Contar. Te Tengo Que Contar no compartirá ninguna información personal con terceros para efectos de marketing de terceros, ni con fines fraudulentos ni que contravengan las normas aplicables sobre protección de datos personales en Colombia.

12.2 Los Usuarios deberán proporcionar su información personal (nombre, apellidos, teléfono, correo electrónico) en los medios que Te Tengo Que Contar determine, de manera exacta, precisa y verdadera (los "Datos Personales") y asumen el compromiso de actualizar los Datos Personales conforme sea necesario. Los Usuarios declaran y garantizan que los Datos Personales son exactos, veraces, vigentes y auténticos.

12.3 Al proporcionar sus Datos Personales, el Usuario está autorizando a Te Tengo Que Contar para realizar el tratamiento de sus Datos Personales de acuerdo con las finalidades establecidas en la Política de Tratamiento de Datos Personales de la Agencia, la cual se encuentra en el siguiente link En razón a lo anterior, se entenderá que el Usuario conoce y acepta los términos de tratamiento de sus Datos Personales por parte Te Tengo Que Contar, conforme con la Política de Tratamiento de Datos Personales que encontrará en el link informado anteriormente.



**13. Responsabilidad del Usuario.** El Usuario (i) no utilizará los servicios para ningún fin ilegal, que esté prohibido por las normas vigentes, los usos honestos y/o los términos y condiciones, o que atente contra la honra y el buen nombre de las Partes Indemnizables o de terceros; (ii) no puede utilizar la Página Web de ningún modo que pueda dañar, inhabilitar, sobrecargar, reducir y en general modificar la capacidad de la Página Web o interferir en el uso y disfrute del mismo por parte de terceros; (iii) no puede eludir, desactivar o manipular de cualquier otra forma, o intentar eludir, desactivar o manipular las medidas de seguridad de la Página Web, ni alterar o modificar ninguna parte de la Página Web; (iv) no puede manipular los sistemas informáticos o las redes relacionados con la Página Web y; (v) es íntegra y exclusivamente responsable por el uso que haga de la Página Web y mantendrá indemne a las Partes Indemnizables por este concepto.

El Usuario está obligado a hacer un uso razonable de la Página Web y de sus contenidos, según las posibilidades y fines para los que está concebido.

**14. Responsabilidad del Usuario cuando se trata de un Menor de edad.** Si el usuario es un menor de edad o un incapaz, el uso de las páginas debe estar acompañado de la aceptación de las condiciones generales por parte de sus padres o tutores legales, según el caso. Sólo hasta que el menor o incapaz obtenga dicha aceptación, se entiende que el usuario está haciendo uso válido de las páginas. Si el usuario menor de edad o incapaz no obtiene aceptación, no está habilitado para hacer uso de la plataforma. Se entiende que los padres, tutores o curadores, según el caso, han otorgado la mencionada autorización por el sólo uso del sitio web por parte del menor de edad.

Los Menores de edad no podrán ingresar ni utilizar los servicios que presta esta página sin el previo consentimiento de sus padres o curadores legales.

**15. Terminación.** El cierre de la Página Web por parte de Te Tengo Que Contar se efectuará a entera discreción de Te Tengo Que Contar y no generará el pago de comisión, precio, indemnización, cláusula penal, honorario, bonificación, compensación o en general pago alguno para el Usuario.

**16. DERECHO AL OLVIDO.** En los casos en los que el Usuario formalmente y mediante escritos solicite a Te Tengo Que Contar retirar su consentimiento respecto del Contrato cuando (i) considere y argumente que ya no es necesaria la recolección de sus datos; (ii) se oponga a la recolección de los mismos; (iii) considere y argumente que se han utilizado de forma ilícita o indebida, tendrá derecho a que se eliminen los datos recolectados que tiene GO Te Tengo Que Contar en su poder.

**17. Exoneración de Responsabilidad.** Te Tengo Que Contar proporciona al Usuario la Página Web "tal cual", "con todos los defectos" y "como está disponible, el Usuario asume todo riesgo relacionado con su uso. Te Tengo Que Contar y/o las Partes Indemnizables no son responsables por el uso que pretenda o llegue a darle el Usuario a la Página Web.

Te Tengo Que Contar, no será responsable por la información suministrada por el Usuario en la Página Web, el Usuario es responsable directo de la información que incluya en la Página Web.

Te Tengo Que Contar no está obligada a prestar el acceso la Página Web de forma segura y exenta de interrupciones o de errores, ni está obligado a corregir los defectos del funcionamiento o de las funcionalidades de cualquier software que se le proporcione al Usuario. Te Tengo Que Contar

podrá modificar la Página Web o las funciones en cualquier momento, de cualquier forma y por cualquier motivo. En ningún caso las Partes Indemnizables (en donde está incluido Te Tengo Que Contar) serán responsables de cualquier daño directo y/o indirecto basados o resultantes del uso de la Página Web por parte del Usuario. Si el Usuario no está satisfecho con alguna parte de la Página Web o con alguna de las condiciones de uso dispuestas en los términos y condiciones su único y exclusivo recurso consistirá en interrumpir el uso de la Página Web.

El Usuario acepta indemnizar, salvaguardar y mantener indemne a las Partes Indemnizables frente a toda reclamación o demanda, incluidos honorarios de abogados, interpuesta por terceros que se derive o surja del uso por parte del Usuario de la Página Web, del contenido de la Página Web por fuera de los presentes términos y condiciones.

**18. Seguridad.** Te Tengo Que Contar usa tecnología adecuada y toma las precauciones adecuadas de seguridad para el desarrollo, operación, mantenimiento y/o uso de la Página Web. Salvo por la adopción de medidas adecuadas de seguridad, Te Tengo Que Contar no garantiza que la Página Web esté completamente blindada contra el uso inapropiado, la divulgación, la pérdida, venta, licencia, destrucción etc. de su información personal y/o archivos de su ordenador por hechos de terceros o que escapen al control de la Página Web. Es responsabilidad personal del Usuario asegurarse de que su ordenador sea adecuado y seguro y esté protegido contra soportes lógicos como los troyanos, los virus de la computadora, los programas del gusano y/o el *hackeo*.

**19. Acceso.** La Página Web y su uso están enfocados exclusivamente para la República de Colombia, aun cuando sea accesibles por Usuarios fuera de este país.

**20. Información exacta.** El Usuario acuerda proporcionar la información veraz, exacta, actual y completa que solicita Te Tengo Que Contar. El Usuario se compromete a poner al día sus datos e información para mantenerlos actualizados y exactos. Te Tengo Que Contar garantiza en todo caso la confidencialidad y el tratamiento seguro de los datos proporcionados por el Usuario.

**21. Voluntariedad.** La entiende que toda la información ingresada por el Usuario es veraz y se hace de manera voluntaria.



