

Modelo para el *découpage* de audiovisuales interactivos

Metodología

Prof. Pere Freixa

Departament de Comunicació.
Universitat Pompeu Fabra
pere.freixa@upf.edu

2002-2009

Descripción

*Este documento expone el procedimiento a seguir para utilizar el “Modelo para el *découpage* de audiovisuales interactivos” en el análisis de productos interactivos, tanto online como offline. Dado que no existe una única tipología de interactivo y mucho menos un formato de guión estandarizado, se acepta de antemano que esta pauta no cubrirá todas las casuísticas específicas que puedan darse en cada proyecto concreto. Como se comprobará, la concisión de sus apartados permite analizar las opciones básicas y más comunes de la mayoría de interactivos. Sin embargo, es posible que se necesite modificar o ampliar algunos apartados del modelo para adaptarse a las peculiaridades de cada producto analizado.*

1. Aspectos generales

1.1 Descripción básica

Qué propone el producto que contiene. En productos *online*, es importante valorar el contexto de publicación. En los *offline*, es conveniente analizar la información del embalaje (*packaging*) para entender cómo a definido el autor o fabricante el producto.

_Título

Rellenar el apartado con el título del producto. En productos *online*, indicar el título del documento principal y la dirección electrónica.

_Descripción contextual

Anotar si el producto forma parte de colecciones o series. Si se inscribe en algún proyecto mayor o si compone una obra con otras partes. Indicar, si es relevante, la localización y la datación.

Seguidamente realizar un primer visionado general del producto para empezar a familiarizarse con las herramientas de navegación, la estructura y el tipo de contenido que se nos presenta. Intentar extraer de este primer visionado la sinopsis del interactivo.

1.2 Sinopsis

Una sinopsis descriptiva del producto de 10 o 15 líneas. En ésta aparecerán mezclados elementos de navegación, de contenido y estructurales.

1.3 Clasificación

Intentar realizar una clasificación provisional del producto.

Probablemente, al finalizar el análisis exhaustivo del producto, se deba modificar algún aspecto de esta primera categorización.

_Público destinatario

Describir si hay algún público objetivo (*target*) preferente, ya sea por franja de edad, género, idioma, cultura, etc.

_Género

Inscribir el producto en alguno de los géneros de la tradición audiovisual, de los juegos electrónicos o editorial.

_Tipos de contenidos

Enumerar los distintos tipos de contenidos que contempla el producto: textos, audios, imágenes 3D, animaciones, fotografías, vídeos, infografías, efectos sonoros, etc.

_Necesidad de actualización

En este apartado se contemplan tanto las necesidades de actualización de los contenidos como de los recursos de programa. Puede realizarse una valoración aproximada de la obsolescencia de la propuesta.

_Uso de la red

Sólo para los productos online. Diferenciar entre direccionalidad (producto con un discurso basado exclusivamente en la emisión), bidireccionalidad (un discurso basado en la emisión, la recepción y la interacción del usuario) y usos compartidos (productos que proponen la creación de redes, contenido co-autorales y otras estrategias tipificadas como web 2.0).

_Caracterización técnica

Independientemente de si se trata de propuestas *online* o *offline*, describir los requerimientos del producto en todos sus aspectos tecnológicos: necesidades de hardware, programas utilizados, recursos de red, bases de datos, diseño de sistemas propios, etc, que condicionen su recepción y utilización por parte del usuario.

_Aspectos dominantes

Describir aquellas características que distinguen el producto de sus competidores o semejantes y que le otorgan su valor principal.

2. Análisis

Realizar un segundo visionado de forma exhaustiva, analizando todas las posibilidades de lectura que nos ofrece el interactivo, todos los tipos de contenido que se nos presentan, todas las propuestas y las distintas interfaces que podemos encontrar en él. Esto no significa leer, escuchar, ver e interactuar con toda la información del interactivo sino solamente localizar y resolver todos los tipos de contenidos y las propuestas de interacción que el producto ofrece. Supone también analizar su formalización, valorar cuándo y cómo se nos presentan esos contenidos a través de la interfaz. El análisis tiene como finalidad comprender todos los pasos y decisiones que los autores han tomado en el guión y diseño de la interacción para llegar a entrever las soluciones de narratividad audiovisual interactiva que se están analizando.

Se recomienda que, a partir de este momento, el análisis de las distintas partes se realice de forma paralela, dejando la linealidad mantenida hasta ahora para abrir cuatro líneas distintas de lectura: análisis de los contenidos, de las estructuras, de las interfaces y de la interacción.

2.1 Contenido

Una de las características importantes del guión de productos interactivos reside en la multimedialidad, en la posibilidad de distribuir el propio contenido en distintos formatos y medios audiovisuales, como textos, imágenes, animaciones, sonidos, grafismo, etc. En este apartado se enumeran, describen y se caracterizan los distintos medios empleados.

_Descripción cualitativa

Indicar aquellos aspectos que permitan definir el tono general del producto: uso de idiomas, lenguaje estándar o científico, tecnicismos, separación de medios tradicionales, mezcla de distintos medios, reiteraciones, etc.

-Unidades de contenido

Determinar las distintas unidades de contenido, sean del medio que sean, y si están relacionadas con otras en un determinado nodo. Valorar el grado de modularidad del producto. Generalmente, los productos basados en una estructura de base de datos recurren a una fuerte modularidad. Por el contrario, en algunos interactivos los medios se presentan sin determinar pautas específicas para cada uno de ellos. En estos casos, se puede considerar que la mezcla de medios caracteriza el producto y que en la combinatoria se establece el discurso autoral.

Cuando el producto contiene combinaciones de contenidos multimedia, puede ser preciso completar el análisis con la descripción del guión técnico de ese material, en forma de *storyboard*, guión o similar.

_ Descripción cuantitativa

Indicar el número, longitud y dimensión de todos los medios utilizados: textos, locuciones, sonidos, vídeos, animaciones, etc.

_ Codificación

En los casos en que la presentación de los contenidos siga una pauta de codificación unificada, intentar describirla o, si es posible, transcribirla.

_ Producción

Aspectos de producción que afecten a los contenidos y que se puedan valorar tanto económica como temporalmente, como derechos de autor, registros audiovisuales, tratamiento digital de imágenes, traducción y corrección de textos, etc.

2.2 Estructura

Los productos interactivos se definen por precisar una estructura funcional que puede analizarse de forma independiente al contenido. Está estrechamente relacionada con la estructura numérica que los desarrolla y comprende las opciones de navegación e interacción que el producto propone al usuario.

En la definición de la estructura del contenido se comprenderán los distintos nodos que el producto contiene, así como las interconexiones entre ellos.

Estructura principal

Es la estructura básica del producto. En productos *online*, comprende la página de origen y los diversos nodos que el programa recorre. No es necesario reproducir todas las páginas o documentos finales del proyecto. En algunos casos, el producto utiliza contenidos y nodos publicados en distintos dominios. En productos *offline*, la estructura se analiza desde la puesta en marcha del aplicativo o ejecutable.

_ Croquis

Dibujar la estructura principal del interactivo: estructura básica, opciones de navegación y posibilidades de interacción. De qué manera nos ofrece el programa acceder a la información y navegar por su estructura.

_ Descripción

Los aspectos que por sus características sea difícil de representar gráficamente, se pueden describir de forma textual.

Estructuras secundarias

Algunos interactivos contienen apartados que responden a una estructuración propia, independiente de la estructura principal. A estas estructuras específicas de un determinado nodo del interactivo las llamamos estructuras secundarias.

_Croquis

Dibujar la estructura, las opciones de navegación y posibilidades de interacción propias de cada apartado específico del producto.

_Descripción

Los aspectos que por sus características sea difícil de representar gráficamente, se pueden describir de forma textual.

2.3 Interfaz

La interfaz, gráfica o física, permite formalizar el interactivo. Es la solución planteada por los autores para establecer el diálogo con el usuario y con los contenidos del mismo. A través de ella, el usuario puede interactuar en dos niveles: con la estructura del sistema y con los contenidos.

_Nombre

Asignar un nombre a la interfaz.

_Croquis

Representar gráficamente el contenido de la interfaz, dando especial importancia a los elementos de navegación y interacción con el usuario.

_Descripción

Los aspectos que por sus características sea difícil de representar gráficamente, se pueden describir de forma textual.

2.4 Interacción

A partir del análisis de la estructura y la interfaz, analizar los elementos de (menús, botones, recursos de teclado, pantalla táctil, ratón, etc.) que permiten interactuar con el producto.

_Recurso

Nombre que asignamos al recurso.

_Localización

Diferenciar los recursos de interacción permanentes de los específicos de un apartado o sección. Situarlo en el espacio de la interfaz.

_Opciones

Las distintas opciones o estados que puede adquirir ese recurso: activo, inactivo, respuesta visual, etc.

_Acción / acciones

Resultado que se obtiene al interactuar con el recurso. Describir las distintas opciones (clic, doble clic, *rollover*, etc.)

_Descripción formal / croquis

Según se considere, representar gráficamente el recurso o describir textualmente sus parámetros.

3. Libro de estilo

El libro de estilo recoge los parámetros (codificación, numeración, estilo, etc.) aplicados a los elementos visuales que aparecen en el interactivo. En un nivel básico, recoge aspectos relacionados con la codificación de color, tipografía, uso de elementos gráficos y elementos sonoros. En los casos en los que se utilicen otros recursos, como animaciones, elementos aleatorios u otros de forma pautada, estos se añadirán al listado básico propuesto.

Cuando los interactivos tienen un grado elevado de complejidad y/o una dimensión considerable, la elaboración del libro de estilo puede resultar más operativa si se realiza a partir de las secciones del interactivo que a partir de las tipologías de elementos.

3.1 Aspectos generales: códigos de color

Descripción de las pautas de color utilizadas en el producto en relación a fondo, textos, títulos, etc.

_Nombre

Nombre que asignamos al elemento.

_Descripción

Uso o utilidad que tendrá ese elemento.

_Codificación

Descripción numérica del elemento según los distintos modelos de color que se vayan a utilizar: RGB, CMYK, etc.

3.2 Aspectos generales: tipografía

Descripción de las pautas tipográficas utilizadas en el producto en sus distintos apartados: títulos principales, secundarios, texto básico, cursivas, pies de foto, etc.

_Nombre

Nombre que asignamos a la pauta.

_Descripción

Uso o utilidad que tendrá ese elemento.

_Codificación

Descripción de la pauta tipográfica según las normas de cada entorno: tipo de letra, estilo, grosor, etc. En caso de utilizarse códigos concretos, como HTML, indicar pautas propias de ese lenguaje.

3.3 Aspectos generales: elementos gráficos

Este apartado recoge información de todos aquellos elementos gráficos utilizados en la interfaz del producto: logotipos, marcas, grafismos, iconos, etc. Es importante recoger los diferentes estados grafismos de los elementos de navegación.

_Nombre

Nombre que asignamos al elemento.

_Descripción visual

Grafismo del elemento.

_Codificación

Si es relevante, la codificación del elemento para su incorporación en librerías de gráficos.

3.4 Aspectos generales: elementos sonoros

Este apartado recoge información de todos aquellos elementos sonoros utilizados en la interfaz: banda sonora, efectos en transiciones, sonidos asociados a respuestas sonoras del sistema, etc.

_Nombre

Nombre que asignamos al elemento.

_Descripción

Uso o utilidad que tendrá ese elemento.

_Codificación

Si es relevante, la codificación del elemento para su incorporación en librerías de sonidos.

4. Producción

Aunque el apartado de producción no corresponde al guión y diseño de la interacción, en este apartado se pueden hacer constar aquellos aspectos del producto que se consideren destacables.

4.1 Apartados específicos de producción

Cuando en un interactivo algún aspecto (texto, traducciones, producciones audiovisuales, tratamiento de imagen, etc.) es remarcable, se enumera y describe su presencia.

-Nombre

Nombre que asignamos al apartado.

_Descripción

Características, volumen de trabajo, cantidad, etc. De ese apartado. Si se considera oportuno, puede hacerse una valoración aproximada del coste de ese apartado.

5. Conclusiones

Redactado libre. A partir del análisis de las distintas interfaces y nodos podemos comprobar cómo se representa la estructura y el contenido en el interactivo y podemos, en consecuencia, intentar rehacer las decisiones de guión que se han tomado. Este apartado es el más importante del proceso de lectura, ya que es el que nos permite entresacar conclusiones y estrategias para la ideación de nuestros productos.

En este apartado se debería plasmar nuestra valoración respecto a los siguientes aspectos: coherencia discursiva, innovación y originalidad de la propuesta, robustez, consistencia y estabilidad, facilidad o dificultad de manipulación y uso, grado de control del usuario y nivel de diálogo del sistema, y, finalmente, el uso de sistemas metafóricos.