



UNIVERSIDAD DE CHILE

Facultad de Artes

Escuela de Postgrado

BANNER GAME

Modelos de persuasión desde la temporalidad hipermedial

Tesis para optar al grado de Magíster en Artes Mediales

Candidato: Luis Alberto Venegas Flores

Licenciado en educación c/m en Artes Plásticas

Universidad de Concepción, año 2003

Profesora guía: Margarita Shultz L.

Santiago, Chile

2009

Índice

	Página
Introducción	3
Precedentes del arte digital en el siglo XXI	6
Reseña histórica	6
El Arte y las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs)	9
Las herramientas y tendencias de Internet y los videojuegos	11
Formulación del problema	19
Formulación de la hipótesis inicial	21
Descripción general	25
Propuesta Banner Game	27
Análisis estético	30
Conclusión	34
Ejemplos de imágenes ilustrativas de apoyo a la investigación	39
Bibliografía	42
Webgrafía	44
Anexo 1 Carta Gantt	48
Anexo 2 La publicidad y los términos publicitarios involucrados en Internet	49
Anexo 3 Trabajos finales de electivos, seminario y diplomado	60
a. Loop. En las narraciones multimediales	60
b. Simulación e interactividad. De lo bélico a lo íntimo en el videojuego	60
c. La ideología en los videojuegos	61
d. La obra cinematográfica de Zbigniew Rybczynski. Como expansión artística de la ciencia y la tecnología	62
e. Patrick Hamilton. Como expansión artística de las comunicaciones y la violencia	62
f. La violencia de los medios. Desde el espacio cibernético	63
g. Modificaciones de videojuegos por artistas	63
Anexo 4 Trabajo de motivación. Bioproceso	64

Introducción

La siguiente investigación se constituye como un desplazamiento de tendencias del arte digital y de herramientas que ocupan un lugar en el medio y soporte en la red www, además trata de la utilización de la publicidad disponible en Internet para propiciar la subversión de los anuncios publicitarios, a esto se incluye la modificación de videojuegos comerciales.

Para llegar a la obra se procederá a investigar un tema común en la publicidad, la llamada persuasión, mensaje emitido en diversas formas para influir en los potenciales clientes sobre la elección de un determinado producto. En el caso de Internet la etiqueta publicitaria que tiene como función atraer clientes se llama *banner*. Cuenta con un mensaje visual y escrito para dar a conocer un producto dirigiendo a los usuarios de Internet a las páginas de los productos.

Los banner poseen vistosos mensajes animados que pueden estar en un *loop* permanente o limitado y poseen algunos grados de interactividad. Esta última característica lo hace común a un importante género interactivo, el videojuego. Éste soporte admite muchas posibilidades dinámicas de presentar un contenido visual, sonoro, escrito e interactivo. Se espera que la unión del banner y el videojuego se combinen en un nuevo soporte.

La investigación involucra conocer los géneros artísticos digitales vinculados a la red Internet, especialmente los influidos por los videojuegos comerciales. Entre los principales tenemos:

El *game art*: Incluye obras de arte influenciadas por la cultura en torno a los videojuegos, las manifestaciones pueden ir desde pinturas hasta performances, incluidos otros videojuegos.

El *machinima*: Son creaciones en imagen o video de escenas enigmáticas y meditativas que se generan con la alteración de personajes de uno o varios videojuegos.

El *mod*: Se trata de la modificación por parte de artistas, de un videojuego comercial, es producto del desplazamiento de la pura finalidad de entretener. El resultado es adentrarse en ámbitos relacionados con el entorno, tratando temas de importancia política, social, como también construcciones personales.

El *mod* constituye un pilar fundamental de la propuesta Banner Game tanto para la modificación de videojuegos como de *banner* comerciales, los que se encuentran en formato gif o swf. Para obtener los archivos a modificar se copian directamente de las páginas web, se obtendrán de los archivos temporales, o en su defecto se registrará la URL del archivo, para 'linkearlo'. Para reconstruir las películas se procederá a utilizar un programa computacional descompilador que

reconstruye una película swf en sesión de flash, y con éste último programa se realizará la modificación definitiva del código como de la gráfica.

Para la presentación de la obra es necesario crear un sitio web que la albergue, el cual contará con múltiples páginas anidadas en marcos. La expectativa es que la obra pueda ser vista desde cualquier parte del mundo por personas de diferentes áreas, para ser comentada.

Precedentes del arte digital en el siglo XXI

a. Reseña histórica

Antes de la construcción del sitio web es necesario investigar y conocer los aspectos relacionados con el contexto, para entender el fenómeno del arte contemporáneo, es imprescindible mirar hacia la modernidad, es allí donde se produce la fragmentación y diversificación del arte, característica que lo define en su estado actual. Lo que determinó a la modernidad fue la liberación y ampliación en diferentes áreas tanto de conocimientos productivos como destructivos. Las investigaciones científicas y militares han permitido el avance en muchas disciplinas pero en algunos momentos han descuidado la integridad del ser humano. En el caso del desarrollo de la energía nuclear se inició nada menos que con dos bombas nucleares sobre ciudades japonesas y culminó, en una importante etapa, con el accidente atómico en uno de los reactores de la planta rusa de Chernobyl cuya finalidad consistía en producir energía eléctrica.

El arte moderno nació de una ruptura con los valores ancestrales, espirituales y culturales que estuvieron presentes hasta el siglo XIX. De la crítica y de la revolución que propagó el quiebre surgieron nuevas visiones para el arte. Se rechazó el arte por el arte y el academicismo.

Uno de los pensadores más influyentes en este respecto fue Friedrich Nietzsche en cuanto a la liberación de ideas e inversión de valores tradicionales.

“Para Nietzsche, el nihilismo es un advenimiento de unas repetidas frustraciones en búsqueda de significado o más precisamente `la desvalorización de los valores supremos´ (...) se refiere al proceso histórico que surge en el reconocimiento de un valor sumo y termina en la asunción o reconocimiento de múltiples cosas valorables.”¹. Se convierte entonces esta inversión en un factor imperante en un motor de lo vertiginoso de la vida actual.

Por otra parte, es con la negación del arte bello y estético, que se produce el rechazo de la enseñanza de la academia que llevaba insaturada varios siglos en Europa. Con el Dada, movimiento contra cultura, se amplía incontrolablemente el arte hasta dispersarse, “(...) ha desaparecido como pacto simbólico por lo cual se diferencia de la pura y simple producción de valores estéticos que conocemos bajo el nombre de cultura: proliferación hacia el infinito de los signos, reciclaje de formas pasadas y actuales”². Así se llega a los medios digitales en soportes efímeros como es Internet por su instantaneidad y la gran cantidad de información relevante e irrelevante que contiene. “En el origen mismo de la experiencia moderna emerge esa forma de arte que es el Traverspiel y cuyo alcance no es otro que el representar la experiencia de una época incapaz de establecer un sistema seguro y cierto, un saber verdadero sobre sí misma.”³. El ‘traverspiel’ es la fragmentación de un relato moderno ya sea este real, cuento o mito que se ve

¹ Extraído de http://es.wikipedia.org/wiki/Friedrich_Nietzsche

² Baudrillard, Jean, “La Transparencia del Mal. Ensayo sobre los fenómenos extremos” página 20, editorial Anagrama, Barcelona, España, 2001.

³ Baudrillard, Jean, “Barroco y Neobarroco”, edición del Circulo de Bellas Artes Madrid-España, 2001, pág. 69.

afectado por un juego interactivo. Involucra un cuestionamiento de su afianzamiento desde una perspectiva contemporánea.

Un aspecto importante de la propuesta es dar a conocer condiciones estéticas extraídas del contexto comercial y engendrado en la volatilidad de la información y la publicidad en Internet.

La época contemporánea se caracteriza por continuar el modelo moderno, pero con la pérdida de la idea o concepto que los definía y contenía: en el cambio de los valores, normas y reglamentos que impregnaban toda la sociedad. Se debilita la predominancia rígida de un centro, creando un ambiente de indeterminación e incertidumbre en la actual humanidad. La ambigüedad es una de las consecuencias de la ampliación y mezcla de diferentes conceptos, por la expansión de las posibilidades sin sentido. El arte es el choque de movimientos y de tendencias que ocurrieron hasta el final de las vanguardias y que ya no se presentan, como es el caso del arte pobre con materiales presentados sin procesos contra la sofisticación y pureza de las formas del minimalismo. Lo que sucede ahora es, incluso, ir más allá de la convivencia indiferente de tendencias. Esto es en relación a lo que ocurre con el arte digital, un conjunto de tendencias desarrolladas en forma cada vez más amplia por los procesos producidos con las herramientas de las TICs.

Una de las importantes características del mundo contemporáneo es que la representación de la realidad ha dejado de preservarse en objetos tangibles, como libros en una biblioteca o pinturas en un museo. Lo que se ha impuesto ahora es la casi intangibilidad y la reproducción de obras a través de la simulación en forma de textos, imágenes, llegando a perder importancia la obra como objeto físico al ser desplazada por la poética o idea de la obra, así funciona en el arte conceptual.

b. El Arte y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs)

Esa particularidad de lo intangible se ha dado a conocer. Es a partir de la creación y masificación de la Internet, una red abierta para todo el mundo, que los artistas experimentaron con este medio. Se creó el término *net-art*. Son propuestas no de propaganda de arte tradicional en la red, sino de utilización del propio soporte y lenguajes de las tecnologías virtuales y cibernéticas para el desarrollo de propuestas artísticas.

Con el surgimiento del *net-art* como tendencia nacida de Internet se amplían otros géneros artísticos vinculados a la red donde las obras tienen como características la interactividad, la experiencia de inmersión en un ambiente lúdico, la simultaneidad de posibilidades de control del propio usuario. Es por esto que se llega a emplear el videojuego como herramienta para producir otras obras artísticas en los géneros mencionados de *game art*, *machinima* y *mod*.

Al recorrer el camino de edificación de los medios de comunicación se puede encontrar a la radio como el primer medio masivo, que llevó a gran cantidad de hogares programas radiales en vivo. Tuvo como acompañante desde el principio a la publicidad, entidad comunicacional que proporcionó auspicio a cambio de difusión de productos comerciales.

Sin embargo el medio tecnológico y artístico principal de inicios del siglo XX fue el cine. Desde el principio este medio consideró las categorías de espectáculo y de expresión. Es en producciones cinematográficas dadaístas como surrealistas que se llegó a trabajar la sorpresa y el efecto de shock sobre los espectadores.

“El shock traumático verdaderamente eficaz – como ha demostrado Freud – elude la fuerza de asimilación de la conciencia y se deposita, latente, en el inconsciente. Si la experiencia de la visión adquiere siempre este carácter traumático, la conciencia podrá ser fácilmente eliminada.”⁴

A nivel más masivo la televisión toma el lugar que no había alcanzado la radio ni el cine. Con la televisión se llegó a disponer de la imagen en movimiento y en vivo, es decir, logró la simultaneidad, se hizo mediática. “El <<espectáculo cotidiano>> de la televisión anula simbólicamente al espectador.”⁵ La televisión es

⁴ Pezzella, Mario, *Estética del Cine*, editorial@machadolibros.com, Madrid, España, primera edición 2004, pág. 19.

⁵ Jean Baudrillard, *Cultura y Simulacro*, editorial Kairos, S.A., séptima edición, 2005, Barcelona, España, pág. 60.

una distracción que invade los hogares ofreciendo muchos temas impuestos al público, sin que los espectadores cuenten con la posibilidad de elección de los contenidos y la discusión de los temas de los canales emisores, salvo por medio del zapping. Esto ocasiona una aceptación de la verticalidad de la programación del medio televisivo.

c. Las herramientas y tendencias de Internet y los videojuegos

Además de la televisión ha surgido otro medio en el cual el usuario tiene posibilidad de instruir: el videojuego, es un medio digital de entretención, del gusto de los más jóvenes. Al tener personajes que poseen analogías con los de las series de dibujos animados de la televisión y de las revistas de cómic, se constituye como un medio de alto grado de inmersión y de persuasión. Justamente este último término nombra una técnica que usa un comunicador, para tratar de influir a otras personas en sus opiniones.

La interactividad es el principal recurso de los videojuegos. Por medio de la interactividad el usuario puede plantearse aspectos reflexivos y morales al entender las consecuencias de sus propias acciones, cuando elige un usuario un particular accionar o camino a tomar y que puede generar una determinada acción. Por ejemplo el 'linkeo' a imágenes en Internet de niños en ambientes determinados por la guerra, después que un usuario haya finalizado un juego de disparos. No todos los juegos toman como idea el matar por matar, o ejercitar los

reflejos del receptor. Algunos brindan la posibilidad de jugar con los sentimientos y las decisiones del jugador como un co-autor al hacer a éste consciente de sus propios actos.⁶

La interactividad y elección del usuario en un entorno multimedial con repertorios extraídos del contexto mediático disponible en Internet puede instruir de mejor manera una condición abierta a cuestionamientos, es decir, se constituye como abierta a la experimentación y a la voluntad de la decisión del ejecutante.

Los videojuegos, como la interactividad, han tenido su impulso en parte en las investigaciones militares durante el siglo XX en donde se lograron avances tecnológicos significativos. Los avances tecnológicos fueron productos derivados particularmente de modelos matemáticos de investigación operacional, se implementaron a partir de la segunda guerra mundial para optimizar las tácticas de combate y/o apoyo logístico. El primer computador el ENIAC en 1946, se usó en la realización de complicados cálculos en la simulación de ataques.

La estrategia de la habilidad mental de conducción del mando se representó desde sus inicios en maquetas, planos y estudios sobre el adversario. Se establecieron convenciones, que fijaron los protocolos rígidos en el manejo de conflictos bélicos, esto llevaba consigo la negociación entre las partes beligerantes desde antes, y hasta después del conflicto.

⁶ Es el caso del videojuego Contra viento y marea que muestra las alternativas de acción que pueden tener inmigrantes ilegales al intentar integrarse a un país.

Debido a las investigaciones de inteligencia militar se creó una red computacional que sigue el modelo del hipertexto: la red Internet. Es un tipo de comunicación entre computadoras distantes geográficamente, basada en un prototipo creado anteriormente por el Ministerio de Defensa de Estados Unidos de América como arma de resguardo de las comunicaciones en una eventual batalla nuclear en el escenario de la Guerra Fría. Con Internet se empieza a dimensionar el plano de la noosfera o ciberespacio de conocimiento, que rodea a la Tierra.

Ya a inicios de la década de 1980 con la incorporación de las redes computacionales se inicia un nuevo modelo de lo que es la simulación bélica. Se establecieron diversas categorías para la simulación militar:

- Simuladores constructivos, entrenamiento a nivel de batallón dirigido por un comandante, ocurre en un computador por control de teclado y mouse.
- Simuladores virtuales, inmersión de un soldado en entorno virtual proyectado en un computador o por medio de un casco o lentes. Se basa en acciones físicas.
- Simuladores en terreno, ejercicios convencionales, pueden contar con sensores y avatares⁷.

Las variadas cualidades de los simuladores militares son transferidas al videojuego comercial provocando una retroalimentación recíproca entre estos géneros participativos. La particularidad más importante del videojuego es la sensación de poder y victoria que otorga el juego. Cuenta además con otros

⁷ El avatar es una criatura que ocupa un espacio en un entorno virtual para representar al individuo real.

rasgos visuales y sonoros que tienen como eje central a la periodicidad de eventos reiterados que pueden llegar a adicionarse. La reiteración en el videojuego es llamada *loop*. Antes de la utilización de las tecnologías electrónicas es posible encontrar referentes del *loop* en espectáculos circenses, donde los números presentados poseían aspectos repetitivos para su atención por parte del espectador. Es el caso del malabarismo, estudio de la coordinación motriz que presenta condiciones matemáticas por su secuencia de ritmos posibles de ser representados en diagramas de semicírculos en ejes graduados. Se tabula la información de manos v/s pelotas para calcular ejercicios, llegando a establecer condiciones fundamentales para su práctica como la ‘ley cero de la notación transposicional’, que establece que dos objetos no pueden abatirse al mismo tiempo en la misma mano.⁸

El malabarismo es un espectáculo que apareció primeramente en el antiguo Egipto, esto puede ser constatado en obras que representan a mujeres malabaristas presentes en pinturas egipcias, posteriormente se transmitió al imperio romano donde se mantuvo y expandió la tradición hasta la actualidad.

El malabarismo en la época moderna empezó a ser estudiado por científicos en el año 1903 cuando Edgar James Swift escribió un capítulo en el *American Journal of Psychology* que documentaba la destreza de algunos estudiantes para hacer lanzamientos de dos pelotas con una mano.

⁸ Se puede obtener mayor información del sitio <http://www.malabarismo.cl/implementos/pelotas/numerologia>.

Posteriormente en los años 40 del siglo XX se usaron computadores para trazar trayectorias de objetos lanzados al aire.

Continuando en la década de 1970 el Instituto de Tecnología de Massachusetts se interesó por el malabarismo. Se comenzó a investigar con el nombre de "Proyecto MAC". Claude E. Shannon creó máquinas que hacían malabarismo. Consecutivamente a partir del proyecto MAC se crea el "M.I.T. Laboratorio de Inteligencia Artificial".

El malabarismo más que una situación de espectáculo de reiteración de ejercicios de coordinación y motricidad humana es un aporte de la física aplicada, capaz de enseñar que la reiteración según el medio en que se establece puede llegar a significar un valor de importancia como es el caso de la tecnología computacional y cibernética.

Las investigaciones del malabarismo son transferibles al conjunto de técnicas multimediales de desarrollo de entornos gráficos donde la geometría euclidiana y la física son aplicadas en la realización de animaciones, especialmente con el uso de programación computacional orientada a objetos.

Desde ahí, el *loop* en la multimedia corresponde a una sincronización de imágenes o de sonidos reproducidos en forma reiterada, para producir continuidad. Con la invención de aparatos de reproducción audiovisuales se pudo

hacer uso de la reiteración en diferido de videos y sonidos hasta llegar al tiempo real en vivo.

En el caso del video la imagen reiterada corresponde a un elemento técnico utilizado primeramente en el cine, para marcar un punto importante de la acción o desenlace de una escena, pudiendo tener variaciones de vistas al mezclarse con las perspectivas de otras cámaras.

En cuanto a los sonidos, los *loops* son unidades cortas de un *sample* o tema de pocos compases de longitud para ser repetidas. El *loop* musical está presente en diversas manifestaciones de la música popular como el rock, las corrientes electrónicas y el hip hop.

En los videojuegos se incorporó el *loop* como punto de atención en cuanto al uso de bucles.⁹ Es utilizado para hacer una acción reiterada para no tener que repetir el código, lo que significa una simplificación del control de la programación computacional. El bucle permite fijar la atención por reiteración al permanecer en acción un determinado elemento, ya sea este visual o sonoro.

⁹ El bucle es un ciclo, una sentencia de programación que se reitera hasta que la condición asignada al bucle deje de cumplirse.

Formulación del problema:

Tanto los aspectos históricos, como de la relación del arte con las TICs y el conocimiento de las herramientas y tendencias en Internet y los videojuegos requieren investigar un tema que contenga preocupaciones de los precedentes en comunicación y multimedia, además del actual medio interactivo Internet.

El arte en su condición digital ¿Puede revertir los efectos de la persuasión publicitaria en la construcción de un nuevo género a partir del videojuego?

Esta investigación reúne los procesos que se han traspasado desde las tecnologías militares y computacionales incorporadas en el videojuego, como uno de los últimos géneros de los medios de comunicaciones informáticos. Los videojuegos por sí solos no son una obra de arte. Con los videojuegos, como con otro género comercial **es posible llegar** a una creación artística. El videojuego actualmente se constituye como el género con mayores posibilidades de inducción en el jugador al integrar los multimedia, incluyendo imágenes, sonidos, animaciones y videos, donde la voluntad del usuario adquiere relevancia por ser un vehículo de acciones y pensamientos. Provoca una fase de fruición en la percepción del inter-actor. Propuestas artísticas recientes han aprovechado el videojuego como género de alta interactividad, porque es capaz de producir un importante grado de identificación del usuario con sus propias acciones, en el

juego, para hacerlo participe de una experiencia totalizadora combinando la acción y la reciprocidad.

Las nuevas categorías artísticas influidas por el videojuego como el *mod*, *game art* y *machinima* se han visto beneficiadas con la integración de los medios, sensaciones, posibilidades, e ideologías que pueden presentarse en un juego. Estas ideas son exteriorizadas en los videojuegos de tipo artístico, para poner en discusión los modelos cimentados por la publicidad, tradiciones, ideologías políticas, corporaciones, etc. Con un choque de mensajes animados en etiquetas publicitarias, llamadas banner, se pretende agitar las convenciones emitidas por los medios publicitarios en Internet.

Sobre los nuevos géneros artísticos concebidos a partir de las influencias del videojuego es importante destacar que su realización involucra estrategias de creación al margen de situaciones establecidas de la informática o el arte. El inicio de estas actitudes de creación alternativas fue llamado *pach*. Consistía en la modificación de la gráfica, programación o motor de un videojuego por parte de fanáticos, para la creación de nuevos personajes y otras ampliaciones de juegos. En el caso del arte esta táctica denominada *mod* va desde temáticas que abarcan lo social, hasta la usurpación de características bélicas, la nostalgia de los primeros videojuegos y propuestas personales. Se inscribe como una de las variantes del *game-art*. Prácticamente en la primera década del siglo XXI se ha distinguido esta manifestación primero por parte de fanáticos de los videojuegos

para personalizar juegos de circulación en Internet, y segundo, por parte de artistas relacionados con los medios artísticos multimediales.

Lo relevante de esta propuesta artística es revertir la persuasión publicitaria entrega a través de los medios de comunicación. Específicamente una propuesta que manifieste un contraataque a la persuasión, por subversión y alteración de los anuncios de posicionamiento y de la atracción de potenciales consumidores, por medio de la modificación de *banners* y *popups* de páginas de Internet invadidas por publicidades de intercambio entre sitios comerciales. Esta invasión de propagandas y promociones ha dado origen a la Internet 2, red de colaboración y educación de un consorcio de universidades formadas en los Estados Unidos y posteriormente ampliada a establecimientos universitarios y gobiernos de otros países, se preocupa de la educación y la investigación. En el caso de Chile Reuna Red Universitaria Nacional es el encargado de esta labor por medio de su sitio www.reuna.cl.

La propuesta consiste en tratar de revertir los efectos publicitarios en páginas de Internet hacia una visualidad plástica creativa, que tendrá similares características de función en cuanto al *banner* comercial. Pero con mensajes que cuestionarán su función entregando planteamientos para llamar la atención sobre temas controversiales y debatir también al medio publicitario en Internet. Estos nuevos *banner* contendrán efectos visuales y sonoros enriquecidos en favor de cualidades artísticas para un soporte de Internet como desplazamiento del soporte interactivo del videojuego y del anuncio publicitario.

En Internet la persuasión, el método de la mercadotecnia y la inducción del videojuego modificado unen sus características en un nuevo género artístico en la construcción de una obra capaz de subvertir esas herramientas técnicas a favor de una propuesta artística.

Formulación de la hipótesis inicial

Los elementos extraídos del videojuego y la percepción publicitaria se unirán para construir un nuevo género llamado Banner Game, que es el nombre de esta tesis y proyecto.

El videojuego es altamente persuasivo en su contexto. Es capaz de acaparar mayormente los sentidos por la atención que se le debe dar al desarrollo particular del juego en cuanto a los estímulos que éste dé al usuario, y sobre todo, por la anticipación de las eventuales direcciones a las que puede llegar la historia. Sin embargo, las instrucciones que el videojuego contenga, no son impedimento en la producción de respuestas diferentes de parte de los usuarios. Al convertir un sitio de Internet en una plataforma de multi-navegación dotada con animaciones e interactividad propias de un videojuego, se intenta dar mayor libertad de acción y decisión en un entorno repetitivo, por las múltiples situaciones en *loop*. Lo que proporciona una mejor asimilación de los mensajes emitidos de desplazamientos y enfrentamientos de situaciones para despertar cuestionamientos. Éstas preguntas serán respondidas en forma distinta por los diversos involucrados que protagonicen los recorridos. Se espera que las percepciones y reflexiones de los usuarios por los continuos enfrentamientos con la reiteración vayan en continuo cambio.

“Esto se logra, en parte, porque los artistas han recurrido a una de las formas más eficaces para inducir la participación: la identificación de los usuarios con el mundo virtual. La identificación, como proceso psicológico, está es la base de todos los usuarios

fricciónales. Constituye un eje de la literatura, el teatro y el cine. A través de la identificación de los espectadores con los protagonistas de un relato, un entorno y sus circunstancias, los medios narrativos consiguen atrapar el interés y sostener el vínculo entre un personaje o una historia y su lector.”¹⁰

En las obras en que se requiere interactividad se produce un trato de diálogo del usuario con la obra. En estas obras se necesita por parte del usuario su decisión personal en las acciones a seguir. Así también la posibilidad de repetición y azar son cualidades propias de las animaciones y por consiguiente del videojuego. El usuario se involucra en el juego, por tanto la obra es presentada como abierta y no finalizada.

También toma importancia para el usuario la posibilidad de disfrutar la sensación de poder que dan las decisiones al interior del sitio. La persuasión es el proceso que hace que el usuario se sienta más en agrado e inmerso, al dejarse llevar por el entorno virtual.

En el caso del cuento como relato, relacionándolo con el videojuego, la inmersión se produce por situaciones idealizadas.

“¿Por qué los consultores creen que las imágenes son tan persuasivas? En primer lugar, porque atraen nuestra atención más fácilmente y está comprobado que son más memorables que las palabras. Las imágenes son vívidas y captan mejor la imaginación del auditorio. En segundo lugar, las imágenes tienen más credibilidad porque ofrecen

¹⁰ Moreno, Isidro, fragmento del texto Propuestas Participativas del curso Narrativas no-lineales online y offline, MECAD 2008, ESDi, Barcelona.

evidencia visual. Como dice otro dicho popular, <<si no lo veo, no lo creo>>. Dado que no hay mucho tiempo para comunicar el mensaje, las imágenes son además evidencia que se comunica rápidamente (...) Por último, las imágenes tienen un alto poder persuasivo porque despiertan emociones y simplifican los argumentos, facilitando también errores cognitivos. Las imágenes apelan a los sentimientos y está comprobado que tienen una influencia superior sobre aquellos que no tienen capacidad o interés para procesar el argumento racional.”¹¹

Esta visión ha renovado la de otros géneros de medios de comunicación masiva como el cine o el relato narrativo fantástico.

Todo lo mencionado anteriormente es planteado como respuesta a la violencia entregada por los medios de comunicación en los spot publicitarios. Violencia entendida como emisión ideológica de un sistema fugaz, ambicioso e individualista, que categoriza la realidad llegando a tergiversarla. Esto se explica al razonar sobre la falta de horizontalidad en la emisión de mensajes comerciales en los medios de comunicación donde lo de importancia es atesorar más cantidad de atención para formarles necesidades y estereotipos de vida a los usuarios. El mercado es uno de los principales motores de la sociedad actual. La ampliación de plazas comerciales y la venta de productos es su principal misión. La publicidad induce trabajando modelos que sobresalen del resto, dejando de lado muestras más alternativas de conductas e intereses de grupos sociales que no se comportan como el común de la humanidad en cuanto al consumo. Lo que le

¹¹ Salgado, Lourdes Martín, “Marketing Político”, segunda edición, ediciones Paidós Ibérica, S.A., Barcelona, España, pág. 225.

interesa a la industria publicitaria es llegar a un mayor número de personas y cultivar uniformidad en cuanto a gustos por productos y marcas.

Descripción general

La verticalidad de la persuasión publicitaria será cuestionada y revertida en una propuesta artística usando las herramientas y medios publicitarios en Internet.

La propuesta de mi obra en sí pertenece al género de arte digital interactivo, es un desplazamiento del *mod*, será instalada en un sitio web para ser visitado y jugado en línea. Para desarrollar los banner se usará fundamentalmente el programa multimedial Flash en estructuras digitales dotadas de interactividad. Se utilizará el método *mod*, o modificación de interactivos, videojuegos y banner, que se encuentran disponibles en sitios de Internet con la intención de obtener motores de interactividad. Las imágenes, animaciones, y otros materiales multimediales como sonidos animaciones y videos son los materiales multimediales necesarios para la construcción de los componentes creados para la obra.

La persuasión publicitaria es increpada por influir verticalmente sobre individuos susceptibles de ser influidos. Es realizado por medio de un mensaje crítico de intención artística, se incorpora en una propuesta con atención especial en el empleo de experimentos interactivos, para evidenciar los efectos de la seducción publicitaria, y así situar al hombre como individuo intervenido por los medios de comunicación, ya sea por influencia del entorno o decisiones voluntarias.

La crítica de la propuesta de la obra se encuentra dirigida hacia el spot publicitario comercial al cambiar la intención de los mensajes e instar a la reflexión, ya que la intención artística impulsada por la condición cambiante y efímera del arte digital con sus particularidades de transmisión, instantaneidad e interactividad la hacen mayormente dinámica e interesante por las particulares sensaciones que provoca en los múltiples recorridos posibles.

Propuesta Banner Game

Con la intención de instar a la reflexión con la factura y condición de la obra se espera una mejor recepción sensible en el espectador

La propuesta considera la realización de un sitio web con varias páginas anidadas en formato horizontal. Cada página incorpora un fondo que puede contener una figura repetida a manera de papel tapiz, en formato gif animado. El espacio central de cada página tendrá una animación en formato swf, película del programa flash. Las animaciones presentan reiteración de su acción, es decir, *loop*. La cantidad de veces de reproducción de una acción puede ser determinada por un bucle. En el caso del programa flash basta con no colocar un stop al final de la línea de tiempo animada para producir un *loop* permanente.

Para ordenar la construcción del proyecto del sitio web se dispondrán las secuencias de animación en categorías. Estas a su vez se irán combinando con otras animaciones al pinchar en los links que llaman a otros recursos desde otras páginas dentro del sitio web. Los links pueden estar ubicados en el interior de cada animación, como en las mismas páginas, a su vez pueden llamar tanto a grupos de páginas, como a animaciones dentro de la misma página. Pueden estar ubicadas además, en la misma página, palabras o letras previamente direccionadas para comunicarlas con algún contenido. Esto es con el objetivo de dinamizar los recorridos de la obra, es decir, proponer un sitio que abre la formación de nuevos o desconocidos recorridos que pueden fijar un mensaje.

Un aspecto importante considera el llamado a sitios de Internet externos, también a buscadores de información en la web como Google o YouTube, al que se le determinará un nombre o frase como variable de búsqueda de información en la web, o para encontrar imágenes o videos determinadas en ella. Las recepciones de páginas externas al sitio se contendrán dentro de los marcos del sitio, por lo tanto, no se cargarán a tamaño completo, para no salirse por completo del sitio web permitiendo una mayor cantidad de información en vista al mismo tiempo y favoreciendo una dinámica que se cruce con el mensaje.

La navegación, aunque en parte es dirigida, contará con una cantidad de posibles recorridos, con resultados distintos uno del otro. Esto será determinado por un *random* que se activará por la acción del usuario llamando a otras páginas webs del sitio como también externas.

Se debe aclarar que la información del sitio posee un cierto orden en carpetas de elementos semejantes, orden para la construcción y subida a Internet. Esto tiene un sentido práctico que permite la facilidad de la identificación por un eventual cambio en el diseño o programación del código fuente. Estas carpetas se encuentran tanto en el computador personal del artista como en su sitio web al que se accede por medio de protocolo ftp.

Diferentes formas de representación publicitaria y de la realidad que es entregada por los medios de comunicación convencional son cuestionados con simulaciones desde una relación visual entre el lenguaje y la usabilidad. También

motivan la interacción al cambiar las palabras o las imágenes de una publicidad, reconfigurando así el mensaje emitido primeramente. Todo sucede en el medio Internet. Se considera a la publicidad como aval de la violencia en los medios de comunicación al ser cada vez más provocadora en la atención del espectador, lo que inspira en gran parte el espíritu de esta propuesta artística utilizando la crítica a la persuasión por acción repetitiva de mensajes contradictorios al desplazar el interés vertical del mensaje comercial.

El recorrido al que se invita al usuario es inducido aplicando diferentes figuras retóricas, reiteración en imágenes en series y serialización, encuentro de diferentes tiempos de una acción y diferencias en cuanto a las acciones sobre el recorrido de las páginas cuyos elementos principales son los banner, dispositivos publicitarios para la contemplación de un tema relatado con una intención y la acción por la interactividad propuesta en su desarrollo.

El *banner* en sí es un tipo sintético de publicidad con forma de etiqueta. Posee una función distractora, tiene llamativas animaciones, es de al menos dos etapas, es decir, cuenta con un factor sorpresivo en la presentación, para luego ser acompañado con el despliegue de la publicidad. La intención del *banner* es conseguir la atención del público en determinados productos. La instalación de un *banner* en otras páginas puede ser por pago o intercambio de banners dentro de sitios web que han adquirido un convenio. La idea es instar al usuario a pinchar sobre el banner para comunicarlo con la información en un sitio externo, o

simplemente para obtener una estadística a una base de datos acerca de cuantas personas responden al estímulo publicitario.¹²

El sitio web Banner Game es dinámico y dúctil por sus amplias posibilidades de comportamiento a una, dos y cuatro pantallas simultáneas donde se cargan los distintos banner. Como obra de arte contiene mensajes inductivos que se espera provoquen cuestionamientos y reflexiones tanto de efecto momentáneo como de mayor duración en el pensamiento del espectador.

Análisis Estético

Banner Game es una obra de intención artística que se encuentra en la red Internet y por tanto se remite a su visualización en pantalla. La obra consiste en una serie de páginas comunicadas entre sí que anexan documentos alojados en carpetas de archivo en el servidor donde se encuentra el sitio web. Las páginas se presentan de a una o agrupadas de en dos o de cuatro en cuatro.

¹² En los formatos habituales, cuando el usuario clica sobre el banner, automáticamente es redirigido a otro sitio web, decidido por el anunciante, lo que se conoce como "click through".

Cuando se pone el click through en relación con las impresiones se obtiene una tasa denominada ratio de click through (CTR en sus siglas en inglés) que mide el número de veces que alguien ha hecho click sobre el banner en relación al número de veces que se ha mostrado dicho banner - número total de impresiones-. Esta tasa puede variar muchísimo en función de cada campaña de publicidad pero se puede considerar situada en términos normales si ronda entre el 0,1% y el 1%.

Habitualmente, el CTR es el principal indicador que se emplea para medir la eficacia de una campaña de publicidad online. En ocasiones sirve también para determinar el coste que el anunciante pagará por la campaña, aunque fundamentalmente este coste viene determinado por el número de impresiones. (...), extraído de Wikipedia, <http://es.wikipedia.org/wiki/Banner>.

Las respectivas páginas presentan imágenes gif estáticas y jpg, pero al momento de hacer clic sobre ellas pueden llamar éstas a gif animados sin sonido y/o animaciones flash con audio. En caso de que la animación sea interactiva se trata de una animación flash, esta puede dar a un fotograma determinado en la misma animación o llamar externamente a otra animación ubicada tanto el mismo sitio web o en la red Internet. La combinatoria de estático-animado e inaudible-sonoro proporciona uno de los principales valores o pasos básicos del desarrollo formal de la obra.

Otro importante aspecto de *forma* a considerar es la variación de divisiones de la pantalla que puede ser de una, dos o cuatro, es decir en numero de crecimiento proporcional que ira apareciendo con ritmos azarosos ya que el usuario no sabrá el siguiente movimiento del recorrido o juego, entendiendo el sitio Banner Game como un gran juego de azar, deducción y reflexión de temas contingentes en un ambiente con características lúdicas y dinámicas del videojuego.

Las formas propias de Banner Game en las imágenes y animaciones son de tendencia plana y bidimensional, exceptuando algunas que corresponden a secuencias de imágenes fotográficas o videos. Los colores por tanto son de apariencia sólida y en algunos casos modelados, destacando colores más llamativos para las figuras y tonos neutros para los fondos.

La tendencia de todas las formas se remite a la horizontalidad de los formatos de marcos y páginas siendo la común de pantalla completa la de relación 4:3 por ejemplo en 800 x 600 pixeles. Pero en el caso de este sitio es de 6:5 por ser de 728 x 600 pixeles. Lo del número 728 no es casualidad sino la norma para el banner horizontal de mayor tamaño que tiene como alto 90 pixeles. A la pantalla de 728 x 600 le sigue la de dos pantallas que en su parte superior lo encabeza un marco de 200 pixeles que contiene un banner de 90 pixeles de alto. En la modalidad de 4 marcos cada uno es de 150 pixeles de lado vertical conteniendo un banner de 90 pixeles de alto.

El sitio Banner Game corresponde a una obra de tipo discursiva a partir de contextos extraídos de los medios de comunicación y sus propias implicancias controversiales. Su construcción contempla visualizar imágenes, animaciones, videos, páginas web y escuchar los respectivos sonidos que estos contengan en forma semi-cautiva en el sitio, ya que la construcción en páginas contenidas en marcos impide que el usuario salga por completo del sitio, es decir, siempre se encuentra implicado en él. La cautividad es con la intención de que el tránsito del usuario se haga una noción personal sobre la persuasión de la publicidad y su respectiva crítica. Esta forma de ver, recorrer y presenciar una obra multimedial en sitio web no tiene comparación más que con ella misma ya que la subdivisión en varias páginas permite observar y contrastar distanciadamente situaciones de interés, logrando dar mayor importancia a una determinado tema.

La obra se sitúa en un medio de comunicación masiva como es la Internet comercial, para demostrar lo que no se quiere ser y contradecir el origen económico de Internet. Al mismo tiempo al ser Internet un medio sin fronteras permite conocer distintas formas de publicidad y diferentes tipos de información de otros medios de comunicación como la televisión abierta, por cable y satelital, además de la radio y los medios de noticias y publicidad escritos.

Este sitio propuesto se crea al momento en que en Internet se ha convertido poco a poco en un medio de comunicación más crítico y donde se han popularizado los blog, y otros servicios web donde se puede proponer temas de cuestionamiento social. Esos servicios se alejan del origen de la Internet lucrativa, y van por una red más social y humana, permitiendo que cualquier persona cree un periódico, vincule noticias o ligue a algún determinado sitio de interés personal. Internet se ha acercado a la gente en comunidades creadas por los mismos usuarios, esa es la forma real de participación en la red.

El sitio Banner Game es una poética fría derivada de la tendencia de arte pop, podría ser comparado con un conjunto de televisores, y con un usuario con un control remoto que puede elegir azarosamente un canal para ver un programa en ellos, es decir, cada canal sería un página web que se reflejaría en uno o varios monitores, pero cada canal tendría que ser generado por productoras audiovisuales pequeñas y personas naturales.

La interactividad *on line* convierte entonces a la obra de arte en una experiencia artística más completa por la participación, donde los pensamientos de los usuarios se retroalimentan continuamente en una red donde todas las personas con algún grado de alfabetización multimedial pueden llegar a generar información y vincular sus conocimientos.

Conclusión

La pregunta inicial de la investigación propuesta fue:

El arte en su condición digital ¿Puede revertir los efectos de la persuasión publicitaria en la construcción de un nuevo género a partir del videojuego? Esta cuestión considera ahora una formulación fehaciente en el aporte a las artes mediales.

Este es un trabajo investigativo sobre un fenómeno dado desde y en Internet que reúne a la publicidad en el *banner*, un fragmento comercial en el ciberespacio. El banner, como soporte de la publicidad en Internet es un recurso poco explorado artísticamente en forma sistemática. Algunos ejemplos de banner por parte de artistas se pueden encontrar en obras en red del diseñador japonés Nakamichi Nakamura y del artista holandés Han Hoogerbrugge. También se puede mencionar la reciente invención a mediados del año 2008 de un programa llamado Addart, software que reemplaza la publicidad por secuencias de imágenes de obras de arte. Funciona utilizando el navegador de Internet Firefox 2, debe instalarse la necesaria extensión y bloquear las publicidades animadas, esta idea fue pensada por Steve Lambert y desarrollada por la empresa Eyebeam.

Congrega además al videojuego *on line* como un sistema de posibilidades de juego, navegación y narración.

Para llegar a formar la investigación tratada se consideró los tópicos referentes a la publicidad, en lo concerniente a una poética que incorporase la influenciada de la violencia de los medios, la transferencia de significaciones tecnológicas, bélicas y lúdicas propias de la investigación militar y de los videojuegos. A todo esto se agrega un ingrediente importante, el *loop* como forma de reiteración y multiplicación de simbologías y mensajes presentes en animaciones que tiene como efecto la mejor grabación de un mensaje en la mente de los usuarios de Internet y de los jugadores de videojuegos, provocando además mayor cantidad de las lecturas de la obra.

Se debe hacer notar que la investigación se ha sostenido durante más de un año desde la partida y ha ido cambiando el enfoque que inicialmente se refería a percepciones de la temporalidad en la hipermedia, para luego enfocarse en las posibilidades persuasivas de la publicidad en Internet como de los videojuegos, y desde ahí, la utilización del *mod* en la modificación y ampliación de los recursos comerciales en Internet, videojuegos y *banner*, hasta la subversión artística medial. El banner en la propuesta fue reforzado en cuanto a mayores posibilidades de animación e interactividad. Con el banner se logra configurar un sitio web altamente dinámico, aporta inmersión y conciencia del medio manteniendo un ambiente lúdico y eficaz de persuasión. El nuevo soporte artístico instalado en la web comercial permite aperturas variadas en cuanto a la conquista de territorios extraídos de la publicidad como un contraataque, a la manera de “Apocalípticos e Integrados” de Umberto Eco.

La investigación permite incorporar al banner como un nuevo soporte digital derivado del *net-art*, el *game art* y la persuasión publicitaria. Podría llegar a ser reconocido como un soporte más en la red.

La recepción de la propuesta es de efecto inmediato, por apelar a las molestas publicidades que se presentan al navegar por páginas webs, atañe a todos, se convierte en algo transversal y de aceptación social.

La propuesta puede parecer que toca problemas de derecho de autor al apoderarse de material disponible en Internet, debido al redireccionamiento, extracción de link o modificación de videojuegos, videos y animaciones extraídos de publicidades de diferentes páginas web, a lo cambiado en su apariencia gráfica como su código fuente de programación computacional, que se enlazan con un producto comercial.

En el caso de Chile es permitido citar un texto con un máximo de diez líneas y mostrar material audiovisual sólo en uso cautivo, para la labor educativa. El derecho digital será endurecido y precisado con reglas que faculden y dictaminen el control de las "copias" de toda la información que se visualiza en nuestro computador proveniente de Internet. Sin embargo en los Estados Unidos existe el derecho a la cita audiovisual, el derecho a la parodia, y el derecho a la cita de noticias que son los referentes a que apelo para formular la propuesta Banner

Game, para ello se utilizará información procedente de sitios con dominios y servidores en los EE.UU.¹³

Es con una actitud táctico-artística, que he empleando recursos reciclados de diferentes sitios de Internet, para ofrecer una obra que puede contribuir a la apertura en cuanto a la ampliación del derecho digital, como respuesta a las restricciones de una red digital mundial y libre.

El proyecto Banner Game es parte de un planteamiento temático artístico mayor de una poética y concepto relacionado con el contexto, donde la esencia de la obra no esta remitida a un determinado material ni soporte. La experiencia de la realización del proyecto Banner Game permite una ampliación de los conceptos artísticos en la realización de futuras obras artísticas. La obra de arte digital o medial puede llegar a ser transferida a obras en imagen, video, o arte sonoro. También la característica de pantalla dividida por los marcos de página puede darse en un soporte plástico sea este pictórico o escultórico, pudiendo la obra estar dotada de movilidad mecánica que acreciente estímulos en los pensamientos del espectador.

¹³ Se puede obtener más información acerca del derecho digital en www.tratojustoparatodos.cl, o también www.tratojustoartistas.cl

Imágenes propias del proyecto

a. Esta pantalla incluye videos de conducción de controles de mando, la introducción de un videojuego modificado, una botonera de una figura fantasmagórica repetida con herramientas cortantes, además de fotos de presos en Guantánamo obtenidos de Google.



b. En esta imagen se puede ver la introducción de un videojuego modificado y un discurso del escritor Eduardo Galeano linkeado desde YouTube.



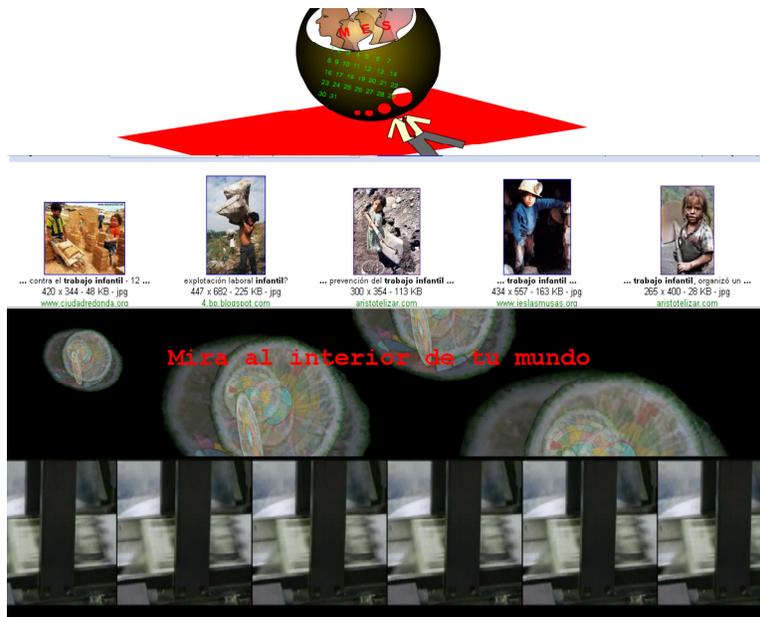
c. Se ven fotos de la Monalisa obtenidas desde Google, la fórmula de la Coca-Cola extraída de Wikipedia, también se ve un banner de Yahoo modificado.



d. La imagen se encuentra compuesta por un banner obtenido del blog <http://evidencia-extraterrestre.blogspot.com/>, un video obtenido de YouTube y un anuncio animado y modificado de un instinto de capacitación on line.



e. Se aprecia una animación propia que representa un trabajador, imágenes de Google sobre trabajo infantil, un mensaje animado introspectivo, un video sobre la fabricación de dinero en billetes.



f. Se visualiza un banner extraído del sitio web de Han Hogerbrugge y el incidente del “zapatazo” que sufrió George Bush en Irak linkeado desde YouTube.



Bibliografía

- Baudrillard, Jean. "La Transparencia del Mal, Ensayo sobre los fenómenos extremos", primera edición, editorial Anagrama S.A., primera edición, 1989, Barcelona, España.
- Baudrillard, Jean "Cultura y Simulacro", Editorial Cairós, S.A., séptima edición, 2005, Barcelona, España.
- Benjamin, Walter "La Obra de Arte en la Época de la Reproductibilidad", primera edición, editorial Taurus, 1982, Madrid, España.
- Circulo de Bellas Artes "Barroco y Neobarroco", edición del Circulo de Bellas Artes Madrid-España, 1992, Madrid, España.
- Czitrom, Daniel J. "De Morse A McLuhan, Los medios de comunicación", primera edición, editorial Publigráficos, 1985, México D.F., México.
- León, J. L. "Los Efectos de la Publicidad", primera edición, editorial Ariel S.A., colección Ariel Comunicación, 1996, Barcelona, España.
- Martín Salgado, Lourdes "Marketing Político, Arte y ciencia de la persuasión en democracia", segunda edición, Editorial Paidós Ibérica, S.A., Barcelona, España.
- Marchant, Simón "Del Arte Objetual al Arte de Concepto", editorial Akal S.A., sexta edición, 1994, Tres Cantos, España.

Pezzella, Mario

“Estética del Cine”, primera edición,
2004, editorial@machadolibros.com,
Madrid, España.

Tribe, Mark Jana, Reena	“Arte y Nuevas Tecnologías”, primera edición, editorial Taschen, Colonia, Alemania, 2006.
Wolton, Dominique	“Internet, ¿Y Después?”, primera edición, Editorial Gedisa, Barcelona, España, 2000.

Webgrafía

Imágenes	
<p>11 M 21 12 2012 Afganistán Al Qaeda Atentados Binladen Bomba nuclear Bush Cárceles Cesantía Chile Ciudad Contaminada Crisis económica Derechos humanos Deshumanización Drogadicción Golpe militar Guantánamo Gurkas Influenza porcina Irak Malvinas Marines Monalisa Niños de Afganistán Obama Obreros de la construcción paramilitary Pedofilia Pinochet Pobreza Presos políticos Prostitución infantil Pueblo mapuche Prostitución infantil Pueblo mapuche Rescate económico Revolución Siglo XXI Sueldo digno Terrorismo Tierra Trabajo Tribus urbanas Torres gemelas Torturados en Abu Ghraib Trabajadores Trabajo infantil Transantiago Vivienda digna</p>	<p>http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=11+m http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=21+del+12+de+2012 http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&sa=1&q=Afganistan http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Al+Qaeda http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Atentados http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&sa=1&q=binladen http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Bomba+nuclear http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Bush http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&sa=1&q=Carceles http://images.google.cl/images?gbv=2&hl=es&q=cesantia http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Chile http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Ciudad+contaminada http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&sa=1&q=Crisis+economica http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Derechos+humanos http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&sa=1&q=Deshumanizacion http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&sa=1&q=Drogadiccion http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Golpe+militar http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&sa=1&q=Torturados+en+Guantanamo http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Gurkas http://images.google.cl/images?hl=es&q=influenza+porcina http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Irak http://images.google.cl/images?gbv=2&hl=es&q=Malvinas http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Marines+norteamericanos http://images.google.cl/images?gbv=2&hl=es&q=Monalisa http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&sa=1&q=Ni%C3%B1os+de+Afganistan&btO http://images.google.cl/images?gbv=2&hl=es&q=Obama http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&sa=1&q=obreros+de+la+construccion http://images.google.cl/images?gbv=2&hl=es&q=paramilitar http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Pedofilia http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Pinochet http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=pobreza http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&sa=1&q=Presos+politicos http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&sa=1&q=Profecias+mayas http://images.google.com/images?gbv=2&hl=en&sa=1&q=Prostitucion+infantil http://images.google.cl/images?hl=es&q=Prostitucion+infantil http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Pueblo+mapuche http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&sa=1&q=Rescate+economico http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&sa=1&q=revolucion http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Siglo+XXI http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Sueldo+digno http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Terrorismo http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&sa=1&q=Tierra http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Malas+condiciones+laborales http://images.google.cl/images?gbv=2&hl=es&q=Tribus+urbanas http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Torres+gemelas http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Torturados+en+Abu+Ghraib http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Trabajadores http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Trabajo+infantil http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Transantiago http://images.google.com/images?gbv=2&hl=es&q=Vivienda+digna</p>
Videos	
<p>11-S 11-M 7-J coincidencias 21 12 2012 profecias Afganistán Afganistán Al Qaeda Atentados Bomba Atómica Bin Laden Bush (zapatazo) Cárceles</p>	<p>http://www.youtube.com/watch?v=z2tpwcyGUY http://www.youtube.com/watch?v=mDBe0BsmNow&feature=related http://www.youtube.com/watch?v=UZ1XP0lxIWk http://www.youtube.com/watch?v=kLlt0NaxHrk http://www.youtube.com/watch?v=8g8y4xpoBeY&feature=related http://www.youtube.com/watch?v=jmjWw7RqFfw http://www.youtube.com/watch?v=ZDOZX9GaeO0&feature=related http://www.youtube.com/watch?v=ruiKgLgBY80 http://www.youtube.com/watch?v=sTzJMuW6x6Q http://www.youtube.com/watch?v=U0PlcIU1mCG</p>

Cesantía	http://www.youtube.com/watch?v=93ypeTU6GWO
Ciudad contaminada	http://www.youtube.com/watch?v=c9tJNckTVWc
Crisis económica	http://www.youtube.com/watch?v=ze_MOIWS26g
Derechos humanos	http://www.youtube.com/watch?v=Njxd5V_dgXo
Deshumanización	http://www.youtube.com/watch?v=CWNIf8LbA6A
Entrevista a drogadictos	http://www.youtube.com/watch?v=h_VBuTubArQ
Golpe de estado	http://www.youtube.com/watch?v=msQi2oMgxvl
Gurkhas	http://www.youtube.com/watch?v=JjNo73qT8ro
Guerra en Irak	http://www.youtube.com/watch?v=GtIBzjYk6I0
Cesantía juvenil	http://www.youtube.com/watch?v=xFfmL917CfQ
Malvinas	http://www.youtube.com/watch?v=0uFqOxvKChU
Marines norteamericanos	http://www.youtube.com/watch?v=1nICFMaz0-0
Monalisa	http://www.youtube.com/watch?v=uk2sPI_Z7ZU
Niños de Irak	http://www.youtube.com/watch?v=P_GxC6MAh8M
Obama	http://www.youtube.com/watch?v=QZhu8SaodPw
Obreros de la construcción	http://www.youtube.com/watch?v=0s4T7bg_nk0
Paramilitar	http://www.youtube.com/watch?v=4nmO54Tf5vM
Pedofilia	http://www.youtube.com/watch?v=OgGSR6gaaMY
Pinochet	http://www.youtube.com/watch?v=qsBTTH0F1_g
Pobreza	http://www.youtube.com/watch?v=wJfH62GkeOs
Plan de rescate	http://www.youtube.com/watch?v=Ctyyc0heznk
Presos políticos	http://www.youtube.com/watch?v=qmC5KFkXdDM
Prostitución infantil	http://www.youtube.com/watch?v=JZ4oU96YR6Y
Profecías mayas	http://www.youtube.com/watch?v=cFuZo4QlgFg&feature=related
Pueblo mapuche	http://www.youtube.com/watch?v=usx6jpyqVIY
Revolución	http://www.youtube.com/watch?v=OwWbvdllHVE
Siglo XXI	http://www.youtube.com/watch?v=9P0ZeOjwN48&feature=related
Sueldo digno	http://www.youtube.com/watch?v=HbF-yQqXfJI
Tierra	http://www.youtube.com/watch?v=kRvfG6jlt24
Terrorismo	http://www.youtube.com/watch?v=zvVYHOGXz68&feature=channel
Tribus urbanas	http://www.youtube.com/watch?v=DGCBNfjGsAk&NR=1
Trabajo infantil	http://www.youtube.com/watch?v=p8V_LFSzAwc
Torturados de Abu Garihb	http://www.youtube.com/watch?v=GXVJ_4SUzwl
Torturados de guantánamo	http://www.youtube.com/watch?v=9dM2PAFSCTk
Torres gemelas	http://www.youtube.com/watch?v=jmjWw7RqFwx
Trabajadores	http://www.youtube.com/watch?v=eAYcv_LUaPk
Transantiago	http://www.youtube.com/watch?v=3lumM-RIX8U
Violeta Parra	http://www.youtube.com/watch?v=PRpCDnXyHpE
Vivienda digna	http://www.youtube.com/watch?v=vDiSpKw42Jw
Definiciones	
Abuso de poder	http://es.wikipedia.org/wiki/Abuso_de_poder
ADN	http://es.wikipedia.org/wiki/ADN
Afganistán	http://es.wikipedia.org/wiki/Afganistan
Selva Amazonica	http://es.wikipedia.org/wiki/Selva_Amazonica
Amor	http://es.wikipedia.org/wiki/Amor
Arma de fuego	http://es.wikipedia.org/wiki/Arma_de_fuego
Bolivia	http://es.wikipedia.org/wiki/Bolivia
George W. Bush	http://es.wikipedia.org/wiki/George_W._Bush
Cambio climático	http://es.wikipedia.org/wiki/Cambio_climatico
Chicago Boys	http://es.wikipedia.org/wiki/Chicago_Boys
Chile	http://es.wikipedia.org/wiki/Chile
Republica Popular China	http://es.wikipedia.org/wiki/Republica_Popular_China
Chernóbil	http://es.wikipedia.org/wiki/Chern%C3%B3bil
CIA	http://es.wikipedia.org/wiki/Agencia_Central_de_Inteligencia
Cine	http://es.wikipedia.org/wiki/Cine
Cobre	http://es.wikipedia.org/wiki/Cobre
Coca-Cola	http://es.wikipedia.org/wiki/Formula_de_la_Coca-Cola
Código da Vinci	http://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3digo_Da_Vinci
Comunismo	http://es.wikipedia.org/wiki/Comunismo
Comercio libre	http://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_libre
Centro commercial	http://es.wikipedia.org/wiki/Centro_comercial
Contaminación	http://es.wikipedia.org/wiki/Contaminacion
Corporación	http://es.wikipedia.org/wiki/Corporacion
Crisis económica	http://es.wikipedia.org/wiki/Crisis_economica
Cultura	http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura
Dark Wave	http://es.wikipedia.org/wiki/Dark_Wave
Delito	http://es.wikipedia.org/wiki/Delito

Delito informático	http://es.wikipedia.org/wiki/Delito_informatico
Derechos humanos	http://es.wikipedia.org/wiki/Derechos_humanos
Dinero	http://es.wikipedia.org/wiki/Dinero
Dinero de plástico	http://es.wikipedia.org/wiki/Dinero_de_pl%C3%A1stico
Dios	http://es.wikipedia.org/wiki/Dios
Disneyland	http://es.wikipedia.org/wiki/Disneyland
Ecología	http://es.wikipedia.org/wiki/Ecolog%C3%ADa
Economía	http://es.wikipedia.org/wiki/Ciencias_econ%C3%B3micas
Energía alternativa	http://es.wikipedia.org/wiki/Energía_alternativa
Energía nuclear	http://es.wikipedia.org/wiki/Energía_nuclear
Especulación	http://es.wikipedia.org/wiki/Especulacion
Estado	http://es.wikipedia.org/wiki/Estado
FBI	http://es.wikipedia.org/wiki/FBI
Fabrica	http://es.wikipedia.org/wiki/Fabrica
Farándula	http://es.wikipedia.org/wiki/Farandula
Fuerzas armadas	http://es.wikipedia.org/wiki/Fuerzas_armadas
FARC	http://es.wikipedia.org/wiki/Fuerzas_Armadas_Revolucionarias_de_Colombia
G20	http://es.wikipedia.org/wiki/Grupo_de_los_20
G8	http://es.wikipedia.org/wiki/G8
Gobierno de Chile	http://es.wikipedia.org/wiki/Gobierno_de_Chile
General Motors	http://es.wikipedia.org/wiki/General_Motors
Subcultura gótica	http://es.wikipedia.org/wiki/Subcultura_gotica
Gobierno	http://es.wikipedia.org/wiki/Gobierno
Holocausto	http://es.wikipedia.org/wiki/Holocausto
Humanidad	http://es.wikipedia.org/wiki/Humanidad
Historia	http://es.wikipedia.org/wiki/Historia
Historia de arte	http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_del_arte
Iraq	http://es.wikipedia.org/wiki/Iraq
Isla Tres Millas	http://es.wikipedia.org/wiki/Three_Mile_Island
KGB	http://es.wikipedia.org/wiki/KGB
McDonald's	http://es.wikipedia.org/wiki/McDonalds
Mickey Mouse	http://es.wikipedia.org/wiki/Mickey_Mouse
Miss Universo	http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Miss_Universe_Map.PNG
Moda	http://es.wikipedia.org/wiki/Moda
Nación	http://es.wikipedia.org/wiki/Nacion
Neoliberalismo	http://es.wikipedia.org/wiki/Neoliberalismo
NASA	http://es.wikipedia.org/wiki/NASA
Nazismo	http://es.wikipedia.org/wiki/Nazismo
Obama	http://es.wikipedia.org/wiki/Barack_Obama
ONU	http://es.wikipedia.org/wiki/Organizacion_de_las_Naciones_Unidas
OTAN	http://es.wikipedia.org/wiki/Organizacion_del_Tratado_del_Atlantico_Norte
Otaku	http://es.wikipedia.org/wiki/Otaku
Ovni	http://es.wikipedia.org/wiki/Ovni
Partido político	http://es.wikipedia.org/wiki/Partido_politico
Pobreza	http://es.wikipedia.org/wiki/Pobreza
País	http://es.wikipedia.org/wiki/Pais
Pueblo	http://es.wikipedia.org/wiki/Pueblo
Profecía	http://es.wikipedia.org/wiki/Profecia
Punk	http://es.wikipedia.org/wiki/Punk
Publicidad	http://es.wikipedia.org/wiki/Publicidad
Reserva Federal	http://es.wikipedia.org/wiki/Reserva_Federal
Rusia	http://es.wikipedia.org/wiki/Rusia
Secta	http://es.wikipedia.org/wiki/Secta
Sistema Nacional de Salud	http://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_Nacional_de_Salud_(Cuba)
Sospecha	http://es.wikipedia.org/wiki/Maestros_de_la_sospecha
Subcultura	http://es.wikipedia.org/wiki/Subcultura
Tecnología	http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADa
Universo	http://es.wikipedia.org/wiki/Universo
Vida	http://es.wikipedia.org/wiki/Vida
Vida artificial	http://es.wikipedia.org/wiki/Vida_artificial
Visual kei	http://es.wikipedia.org/wiki/Visual_kei
Vuelo espacial	http://es.wikipedia.org/wiki/Vuelo_espacial
Sitios	
Afganistán	http://es.noticias.yahoo.com/especiales/afganistan.html
Amazonas	http://flor-amazonas.blogspot.com/2008/02/fauna-ecosistema-del-paran.html
Abuso de autoridad	http://cl.vlex.com/tags/abuso-de-autoridad-53625

Bolivia	http://www.bolivia.gov.bo/
Bush	http://www.biografiasyvidas.com/biografia/b/bush_george.htm
Cambio climático	http://www.cambioclimaticoglobal.com/
Chicago boys	http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/latin_america/newsid_3192000/3192145.stm
Chileclic	http://www.chileclic.gob.cl/1542/channel.html
CIA	https://www.cia.gov/
Cibercrimen	http://decyti.bligoo.com/content/view/76510/CIBERCRIMEN.html
Cine	http://cine.publispain.com/
Crisis económica	http://www.economiaynegocios.cl/especiales/crisis_economica/index.asp
Chile	http://www.chile.com/
Comunismo	http://www.marxists.org/espanol/m-e/1840s/47-princi.htm
Contaminación	http://club.telepolis.com/geografo/general/contaminacion.htm
Cultura	http://www.monografias.com/trabajos13/quentend/quentend.shtml
Victimas de la delincuencia	http://www.victimasdela delincuencia.cl/
Dinero	http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contenido?indice=1.2&idPublicacion=150000000000005&idCategoria=1
Dios	http://www.dios.com.ar/
Disneylandia	http://www.parquesdisney.info/disneyland-california.asp
Ecología	http://www.enbuenasmanos.com/seccion/ecologia.asp
Ejercito	http://www.ejercito.cl/
Energias alterenativas	http://www.otrasenergias.com/
Energianuclear	http://www.angelfire.com/sc/energianuclear/
Especulacion	http://especulacion.org/
Estado	http://www.monografias.com/trabajos12/elorigest/elorigest.shtml
Estilos artisticos	http://www.spanisharts.com/history/index_historia.html
Evidencia-extraterrestre	http://evidencia-extraterrestre.blogspot.com/
Farandula	http://www.mundofarandula.com/
FARC	http://www.elrepuertero.cl/admin/render/noticia/13519
Fashion	http://www.fashion.net/
FBI	www.fbi.gov/
Finanzas	http://www.sbif.cl
G8	http://www.g8-alternative-summit.org/de/pages/start/en-espanol.php
Gobierno de chile	http://www.gobiernodechile.cl/
Gótico	http://fuckingweb.blogspot.com/
Greenpeace	http://www.greenpeace.org/mexico/photosvideos/slideshows/chernobyl-a-20-a-os-de-la-cat#
Historia	http://www.compilaciones.com/historia/definicion-historia.html
Hitler	http://www.biografiasyvidas.com/monografia/hitler/
Holocausto	http://www.ushmm.org/wlc/article.php?lang=es&ModuleId=10005751
Humanidad	http://www.wordreference.com/definicion/humanidad
Innovación	http://www.paisdigital.org/
Intenet	http://programas-gratis.atspace.com/
Irak	http://es.noticias.yahoo.com/especiales/irak.html
Mall plaza	http://www.mallplaza.cl/
Mickey	http://www.cartonionline.com/dibujosanimados/personajes/rat%F3n_mickey.htm
Neoliberalismo	http://www.neoliberalismo.com/
Nasa	http://www.nasa.gov/about/highlights/En_Espanol.html
Nazi	http://biboz.net/118-%C2%BF-eres-nazi/
Barack obama	http://my.barackobama.com/page/content/espanol
Partidos políticos	http://www.emol.com/especiales/partidospoliticos/index.htm
Pobreza	http://www.unicef.cl/unicef/index.php/Pobreza
Profecias	http://www.profeciasyprofetas.com/
Punk	http://www.muypunk.com/
Pueblos nativos	http://www.puebloindio.org/
Rescate económico	http://www.adnradio.cl/nota.aspx?id=761108
Reserva federal	http://www.animalweb.cl/n_o_imperial/economia/jfk_contra_reserva_federal.htm
Rusia	http://www.rusiamia.com/
Rusia	http://www.offnews.info/verArticulo.php?contenidoID=5481
SaludPublica	http://escuela.med.puc.cl/publ/Boletin/SaludPublica/SistemaSalud.html
Secreto	http://www.elsecreto.net/
Sectas	http://www.sectas.org/
Sospechar	http://www.wordreference.com/definicion/sospechar
Tribus urbanas	http://www.fcsucentral.cl/home/cuales-tribus-urbanas/
Tribus urbanas	http://www.tribu-urbana.blogspot.com/2008/01/diccionario-visual-kei.html
Tribus urbanas	http://www.elnavegable.cl/admin/render/noticia/12640
Vida	http://www.proverbia.net/citastema.asp?tematica=37
Vida artificial	http://vidaartificial.com/index.php?title=Portada
Viajespacial	http://www.astromia.com/glosario/viajespacial.htm

Anexo 1

Carta Gantt de actividades previstas

MES	ACTIVIDADES
ABRIL	Procesamiento de recursos: signos, fotografías, videos, videojuegos y sonidos, Elaborar planificación para el desarrollo del proyecto y avances de tesis.
MAYO	Procesamiento de recursos: signos, fotografías, videos, videojuegos y sonidos, Escribir guiones para videos. Escribir guiones de videojuegos. Buscar bibliografía sobre: diferentes formas de pensamiento acerca de manipulación por medio de videojuegos. Hacer índice de tesis e iniciar capítulos previos.
JUNIO	Unir los guiones Filmar y editar videos. Elaborara animaciones interactivas y videojuegos. Componer audio para video y videojuegos. Redactar propuesta de la tesis.
JULIO	Elaborara animaciones interactivas y videojuegos. Componer audio para video y videojuegos. Formar el sitio web para el proyecto on line. Promover el sitio. Pedir opinión a usuarios y recopilar aportes de los usuarios. Optimizar la tesis.
AGOSTO	Pedir opinión a usuarios y recopilar aportes de los usuarios. Optimizar la tesis. Optimizar proyecto.
SEPTIEMBRE	Pedir opinión a usuarios Mejorar la interfaz. Optimizar la tesis.
OCTUBRE	Pedir opinión a usuarios Mejorar la interfaz. Optimizar la tesis.
NOVIEMBRE	Mejorar la interfaz. Optimizar la tesis.
DICIEMBRE	Mejorar la interfaz. Optimizar la tesis.
ENERO	Estudiar para examen de grado, examen.

Anexo 2

La publicidad y los términos publicitarios involucrados en Internet

La publicidad es una técnica que consiste en la elaboración de un mensaje dirigido a un determinado público, para dar a conocer un producto. Se avala de investigaciones de otras disciplinas para hacer estudios de mercado, con los cuales desarrolla estrategias de posicionamiento del objeto a difundir en un medio.

Se transmite a través de los medios de comunicación por auspicio económico a cambio de la publicidad de spot de los productos.

El posicionamiento de un producto en el mercado es el resultado de la identificación de grupos de personas con un determinado producto como consecuencia de los efectos publicitarios.¹⁴

Marketing

“El marketing involucra estrategias de mercado, de ventas, estudio de mercado, posicionamiento de mercado, etc. Frecuentemente se confunde este

¹⁴ <http://es.wikipedia.org/wiki/Publicidad>

término con el de publicidad, siendo ésta última sólo una herramienta de la mercadotecnia.

En español, marketing suele traducirse como mercadotecnia, sin embargo, la palabra marketing está reconocida por el RAE. Aunque se admite el uso del anglicismo, la RAE recomienda usar con preferencia la voz española mercadotecnia.¹⁵

Marketing político y marketing comercial

“El marketing político es el conjunto de técnicas de investigación, planificación, gerenciamiento y comunicación que se utilizan en el diseño y ejecución de acciones estratégicas y tácticas a lo largo de una campaña política, sea ésta electoral o de difusión institucional. En la actualidad el Marketing Político presenta dos características adicionales: la mediatización y la videopolítica.

Si bien existen numerosas similitudes técnicas y metodológicas entre el Marketing Político y el Marketing Comercial, sus objetivos difieren notablemente. En el mundo comercial la lógica de mercado tiene como objetivo principal la

¹⁵ <http://es.wikipedia.org/wiki/Comercializaci%C3%B3n>

satisfacción de una necesidad. En la esfera política la lógica de mercado tiene como objetivo la elección de una alternativa.”¹⁶

Persuasión

La persuasión es un proceso por el cual un comunicador intenta influir en las creencias, las actitudes y la conducta de otra persona o grupo de personas a través de la transmisión de un mensaje ante el que el auditorio mantiene su libertad de elección (...) la persuasión es comunicación intencionada y premeditada. La persuasión es una forma de comunicación por lo que se intenta que el receptor adopte una actitud y una conducta de forma voluntaria. (Marketing Político, Arte y ciencia de la persuasión en democracia, Lourdes Martín Salgado, segunda edición, ediciones Paidós Ibérica, S.A., Barcelona, España.)¹⁷

¹⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing_pol%C3%ADtico

¹⁷ León, J.L., “Los Efectos de la Publicidad”, primera edición, editorial Ariel S.A., colección Ariel Comunicación, 1996, Barcelona, España, pág. 21.

Estrategia

Por estrategia entendemos aquí la existencia de un plan de acción y el uso de técnicas de comunicación coherentes con ese plan. La estrategia responde a un objetivo conocido por el receptor del mensaje.¹⁸

Manipulación

La manipulación es un concepto que se usa con demasiada frecuencia de forma ambigua y equívoca, porque en sentido estricto manipular significa robar a las personas su libertad de elección. En realidad, cuando alguien intenta persuadir manipulando, está utilizando al receptor de su mensaje como un mero medio para sus propios fines y le niega la oportunidad de juzgar lo que más le conviene. Un caso de manipulación es la publicidad subliminal (...)¹⁹

Propaganda

El término propaganda es originalmente un gerundio, del latín propagandus, que significa <<lo que debe propagarse o ser propagado>>, y la mayoría de los

¹⁸ Ibíd. pág. 24.

¹⁹ Ibíd. pág. 25.

diccionarios todavía incluye la definición de propaganda en su sentido más neutro, como la propagación o difusión de ideas y opiniones.²⁰

Anuncios

Los anuncios más eficaces son sencillos no porque se requiera evitar dar información más compleja, sino porque son mejor recordados por la audiencia y porque no requieren ni una especial capacidad (conocimiento previo de las cuestiones), ni motivación (gran interés, tiempo y esfuerzo para procesar el mensaje). Tratan, en suma, de persuadir a través de una ruta periférica.²¹

Los ciudadanos compensan una información limitada sobre los temas siguiendo esquemas y atajos de juicio. Los esquemas son estructuras cognitivas que los individuos utilizamos para organizar la información y reducir la complejidad.²²

Símbolos

Pero la idea esencial de una campaña debe comunicarse a través de símbolos compartidos, con imágenes expresivas y pocas palabras; debe ser posible trasmitirla en escasos segundos.²³

²⁰ *Ibíd.* pág. 25.

²¹ *Ibíd.* pág.163.

²² *Ibíd.* pág.163.

Imágenes en mensajes

¿Por qué los consultores creen que las imágenes son tan persuasivas? En primer lugar, porque atraen nuestra atención más fácilmente y está comprobado que son más memorables que las palabras. Las imágenes son vívidas y captan mejor la imaginación del auditorio. En segundo lugar, las imágenes tienen más credibilidad porque ofrecen evidencia visual. Como dice otro dicho popular, <<si no lo veo, no lo creo>>. Dado que no hay mucho tiempo para comunicar el mensaje, las imágenes son además evidencia que se comunica rápidamente (...). Por último, las imágenes tienen un alto poder persuasivo porque despiertan emociones y simplifican los argumentos, facilitando también errores cognitivos. Las imágenes apelan a los sentimientos y está comprobado que tienen una influencia superior sobre aquellos que no tienen capacidad o interés para procesar el argumento racional.²⁴

Medios masivos de imágenes

Entre los medios masivos para comunicar un mensaje esta la publicidad en televisión. Pero Internet como nuevo medio interactivo es principalmente utilizado por los integrantes más jóvenes de la sociedad y también por quienes poseen un mayor nivel educacional.

²³ Ibíd. pág.219.

²⁴ Ibíd. pág. 225.

Internet

Es una red de comunicación entre computadores en relación comunicativa hipertextual²⁵. En un principio fue investigado por universidades de Estados Unidos de América, después por centros de estudios tecnológicos como el Instituto de Massachussets y el Proyecto SYGMA, posteriormente ministerio del público en el año 1993 cuando Mosaic se convierte en la primera interfaz gráfica del Word Wide Web, principal servicio de Internet, esto impulso la creación del primer navegador comercial llamado Navigator desarrollado por la empresa Netscape, convirtiéndose en el primer producto vendido desde y para la web.

Otros servicios son la transmisión de contenido y comunicación multimedia, el correo electrónico, la transmisión de archivos, las conversaciones en línea, la venta de productos online con pago con tarjeta de crédito, etc. Internet ha tenido un importante avance en sus prestaciones como también en la incorporación de sus cualidades de gráfica y de video como consecuencia del ancho de banda en los hogares. Logrando conseguir cada vez mayor reciprocidad entre el emisor y el receptor.²⁶

²⁵ <http://es.wikipedia.org/wiki/Internet>

²⁶ Internet: una historia en red, revista VIVE! La revista del cable, N° 32. vtr.com, septiembre 2008, Página 26 y 27.

La publicidad en Internet

La web, creada en base a código HTML ha permitido la incorporación de diseños y aplicaciones hechas con programas como Dreamweaver, Flash, y la amplificación de las arquitecturas de carga y visualización de la información animada logrado mayor atracción de los sitios.

Posicionamiento en Internet

La publicidad o posicionamiento de una marca se puede encontrar en distintas formas partiendo por el reconocimiento del nombre de un sitio web en buscadores como Google, además las palabras claves llamadas *keywords*, otros son los mensajes de textos en recuadros en las respectivas páginas, los spam o publicidad por correos electrónicos masivos no solicitados. Existen además enlaces o links que comunican con páginas que emiten información noticiosa y/o publicitaria.

Un determinado sitio web se posiciona por cada clic que hacen los usuarios al entrar, pudiendo ser atraído desde otros sitios web por anuncios en forma de texto o imagen, y a la vez estar dotado de animación o sonido.²⁷

²⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing_en_Internet

El Banner

El banner es un formato gráfico de publicidad que se incluye en páginas distintas a la del anunciante web por pago o convenio con una empresa comercializadora de dicha publicidad. Los banners pueden ir desde imágenes estáticas hasta animaciones que cuentan con etapas de desarrollo, además de posibilidades de interactividad. Su intención es comunicar un mensaje directo y persuasivo para así publicitar un producto. El banner es un recurso breve de difusión, pero lo que provoca mayor interés en conocer un sitio de internet sigue siendo el contenido que ofrezca un sitio web.

El acceso a una página web hace activar los banner que ésta tenga en un proceso llamado "impresión", por medio de un clic sobre él el usuario es direccionado a la página del anunciante y registrado en una base de datos, se llama a esto "click through", quedando registrado en una base de datos.²⁸

Los banners pueden tener diferentes formas, tamaños, y pueden recibir otros nombres:

Entre los más comunes están:

- Leaderboard (728 x 90 píxeles),
- Full Banner (468 x 60 píxeles),
- Half Banner (234 x 60 píxeles),

²⁸ <http://es.wikipedia.org/wiki/Banner>

- Rectangle (180 x 150 píxeles),
- Square Button (125 x 125 píxeles),
- Skyscraper (120 x 600 píxeles),
- Wide Skyscraper (160 x 600 píxeles),
- Micro Bar (88 x 31 píxeles),
- Large Rectangle (336 x 280 píxeles)

Además de estos banner esta el llamado *interstitial* que es un banner que se activa al momento de abrir una página, el de tipo *layer* que aparece sobre el contenido de la página web.

Es recomendable un banner que sea de poco peso, animado, de gran tamaño. No siempre debe llevar a otra página, sí es que lleva a una debe ser de interés, los banner sofisticados deben ser claros en su manejo, el mensaje debe ser dado a conocer desde el principio, el mensaje no debe ser solo el logo, el banner en sí mismo puede permitir la posibilidad de concreción del negocio, es importante también ir cada cierto tiempo cambiando el diseño del banner para evitar la ceguera sobre el modelo antiguo.²⁹

²⁹ <http://www.desarrolloweb.com/articulos/509.php>

Ventanas emergentes

Ventanas emergentes son ventanas que emergen automáticamente, habitualmente sin que el usuario lo solicite. Se utilizan con el objeto de mostrar un mensaje de publicidad que irrumpe en la navegación. Una técnica relacionada a esta es la denominada pop-under, consistente en abrir inesperadamente ventanas nuevas situadas detrás de la ventana en uso, lo que hace que difícil determinar para el usuario la página web que abrió. Para los usuarios existen programas y métodos que bloquean el surgimiento de ventanas emergentes. Algunos navegadores incorporan herramientas de bloqueo de Pop Ups como Opera, Mozilla 1.5.0.4, MSIE en Win SP2.³⁰

Las herramientas publicitarias de Internet permiten:

- Fortalecer la percepción del producto en el mercado.
- Conseguir nuevos clientes.
- Hacer categorías de las preferencias de los usuarios.
- Tener una base de datos continua.
- Enlazar hacia una Web.
- Dar a conocer productos nuevos y ofrecer promociones.

³⁰ Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Ventana_emergente

Anexo 3

Trabajos finales de electivos, seminarios y diplomado (resumen)

a. Loop. En las narraciones multimediales

La repetición ha sido un recurso importante en los medios de comunicación. Su intención es dar realce a una situación, también ejerce múltiples diferencias entre una y otra visión, el loop es un ciclo que puede ser acumulativo, yuxtapuesto y ayuda a marcar un mensaje. Al apreciar una obra llena de situaciones reiteradas se pueden leer distintos significados, por poseer cualidades de semi-símbolos producidos por la sumatoria de situaciones que van afectándose parcialmente. Se confunden, se densifican, se amplían y quiebran. No existe una situación igual a otra. La totalidad permite un enfoque distinto a la visión por fragmentos. El loop ha sido usado por artistas como Zbigniew Rybczynski en videos y Han Hoogerbrugge en narraciones interactivas para Internet.

b. Simulación e interactividad. De lo bélico a lo íntimo en el videojuego

La industria militar ha estado a la cabeza de todos los avances tecnológicos. En el siglo XX la creación del videojuego como medio de entretenimiento tiene su contraparte en los simuladores militares, ambos se retroalimentan. El videojuego al ser modificado por artistas ha dado origen a

narraciones más personales y relatos íntimos que en algunos casos desplazan la violencia, es el caso de Mary Flanagan con su obra [domestic], donde ella modifica el videojuego Unreal Tournament.

c. La ideología en los videojuegos

Las ideologías desde los medios de comunicación son dirigidas por leyes gubernamentales en el caso de la radio y la televisión. De Internet en su inicio se pensó que sería el único medio de la total libertad, el ser humano aquí podría contar con un universo sin fronteras ni control de ningún régimen. Pero esto se modificó desde los cambios que han acaecido en el mundo como el ataque terrorista del 11 de septiembre de 2001 a los Estados Unidos, lo que condujo la aprobación de ejercer mayor control sobre la comunicación de agrupaciones clandestinas en el ciberespacio. En Internet artistas se han desarrollado obras que transitan como ambivalentes en lo referente a transgresiones a la imagen de corporaciones o gobiernos. Las propuestas del grupo RTMark, los videojuegos bush-game, Contraviento y Marea, Videojuego del Oprimido, son algunos de ellos.

d. La obra cinematográfica de Zbigniew Rybczynski. Como expansión artística de la ciencia y la tecnología

En la obra de Rybczynski se puede ver el desplazamiento de teorías científicas hacia el medio artístico audiovisual por medio de avances tecnológicos en animación y cine digital. Sus obras poseen un continuo devenir que sorprende al espectador. Ritmos Alejados de la linealidad de la obra. Implicancias matemáticas para lograr un ordenamiento del lenguaje creativo con el uso de loops y yuxtaposiciones de elementos singulares.

e. Patrick Hamilton. Como expansión artística de las comunicaciones y la violencia

Evidencia la falta de importancia humana y social que muestran los medios de información. Ya que lo que le importa a los medios es producir una sociedad que reaccione más a los efectos de la publicidad que al bien de la sociedad. La falta de respeto por convenciones sobre los tratados de guerra y por los derechos de los trabajadores son presentados en sus montajes en diferentes soportes. Su obra cruza los géneros del arte, el diseño y la publicidad. Toma aspectos de la expansión de la pintura y de la fotografía por su condición de presentación de objetos y de acontecimientos lejanos presentados en fotografías que documentan la noticia distante.

f. La violencia de los medios. Desde el espacio cibernético

La violencia divulgada por los medios de comunicación se ha hecho parte de la programación, la televisión poco a poco ha incorporado la violencia a programas más allá de noticieros y películas. La violencia influye sobre la sociedad haciéndola indiferente, insensible o con tendencia a hechos violentos. En Internet como medio interactivo y seleccionable, la violencia se accede por interés personal y no impuesto como la prensa o la televisión, pero puede ser más persuasiva al acaparar mayor atención. Existen propuestas artísticas desde la violencia de los medios como la obra gráfica de textos e imágenes de Barbara Kruger, las animaciones y videojuegos de Motomichi Nakamura, o la obra en fotografía y objetos del chileno Patrick Hamilton.

g. Modificaciones de videojuegos por artistas

Dentro de las nuevas tendencias en el arte digital se distingue las obras influenciadas por los videojuegos comerciales en un estilo llamado *game art* en la realización de obras artísticas de diversos géneros y soportes. La categoría que consiste en cambiar la programación y la gráfica de un videojuego comercial teniendo como principal potencial el uso del motor de un videojuego se denomina *mod*, aprovechando la condición reciclable de videojuego como herramienta artística por su dinámica, interactividad y comunicación de ideas.

Anexo 4

Trabajo de motivación

Bioproceso

El siguiente video ha contado con dos partes unidas con un desfase temporal. La inicial realizada en marzo de 2008 y la siguiente en diciembre de 2005.

La primera parte es la presentación de tres artistas: Gustavo Riquelme, Jacob Cortez, y Luis Venegas para una exposición de artes plásticas con el nombre de Bioproceso en la sala Marta Colvin de la Universidad del Bío-Bío de Chillán en marzo del año 2008. Muestra imágenes de armas de fuego en reemplazo de las fotos de los rostros u obras de los respectivos autores. Para Riquelme una pistola de un solo tiro como el arma de un caballero con un único enemigo, El revolver metálico para Cortéz para la persecución de fantasmas a modo de “El Sueño Crea Monstruos” de Goya, y finalmente un ametralladora corta para Venegas para el ataque que hace él en múltiples disciplinas plásticas y multimediales. Esta categorización es con respecto a la cercanía de la temática de los tres artistas a una estética de corte violento como reflejo adquirido por los medios de comunicación. Transmitida en un contexto de la provincia (de Ñuble) donde mayoritariamente el escenario local desconoce dichas propuestas artísticas. Esta etapa del video es acompañada con una música a la que he

llamado “Acechando” que contribuye a formar una denotación de procesos industriales en el entorno propuesto por el video.

Como segunda etapa un video que da a conocer cualidades de la serialización en el tiempo postmoderno y su consiguiente dominación sobre cosas y personas con música con referencia a la condición tecnológica. Este video más extenso se define a continuación.

El mundo se construye y se opone para sí, es un punto de vista oscilante y tembloroso provocando la sensación de aislamiento. Cápsulas de una cultura identificada con una presencia amurallada del ser contemporáneo en sonidos retumbantes.

Proyección de imágenes humanas fotocopiadas y replicadas, asimismo el transcurso del video esta lleno de miradas y rostros multiplicados. En sonidos que van desde los nostálgicos hasta industriales. La manipulación biotecnológica da como resultado la preservación como imagen digital de lo que conocemos como realidad.

Posteriormente la imagen de un niño por nacer en conjunto con convulsiones y choques de entes en diversas maniobras, donde hay ojos, hay pantallas, rostros y por ende evidencias del desfavorecimiento en una sociedad que se hace cada vez más injusta.

El video bioproceso es una metáfora de la neutralización de la voluntad de poder en las personas. Es un ejemplo de persuasión y persecución del hombre por la maquinación en la era tecnológica. Se traduce como una fatalista visión de codificación y control hacia el individuo en una carrera que no da pie a una moral, ética, o legislación que valore al hombre como ser humano entendiendo como la doble visión del humanismo que se confronta con lo que es inferior a él, como valor, y con la confrontación del hombre con todo lo que lo trasciende como limitación. Es a partir de este punto que el hombre, con la investigación y el desarrollo científico, ha ampliado cada vez más sus espacios y disciplinas de investigación.

Este video se contextualiza en la obra de tres artistas egresados de la escuela de arte de la Universidad de Concepción marcando diferentes etapas en la que van desde la abstracción mística originada en Concepción por Riquelme, luego el simbolismo ambiguo de Cortez y la codificación de conceptos de Venegas.