

¿A dónde va la narrativa audiovisual? Reflexiones de periodistas Tec



Reflexiones sobre cómo construir **historias enganchadoras** a partir de **distintos formatos multimedia**, fueron compartidas durante la **Feria Internacional del Libro Monterrey 2024**.

Durante el panel “*Nuevas narrativas para contar historias*”, los **editores de Tec Media** coincidieron en que **contar historias ha evolucionado** a un ritmo vertiginoso.

Participaron **Alejandro Navarrete**, editor nacional de [CONECTA](#), el sitio de noticias del [Tec de Monterrey](#); **Mariana León**, editora de [TecScience](#), plataforma de divulgación de la ciencia del Tec.

También participó **Hugo Iván Domínguez**, líder de la unidad multimedia de **Tec Media**, unidad que agrupa a **CONECTA** y **TecScience**, liderados por la periodista Ana Torres, quien moderó este panel.

“**Las historias ya no solamente son en papel, ya no son tampoco solamente a través de los libros, pues ya todos consumimos cortos, videos, cómics, así como, una gama impresionante de formatos**”, mencionó Torres.



/> width="900" loading="lazy"> Así es como se encuentran las mejores historias

Si bien existen opciones en términos de **productos multimedia**, los **panelistas** concordaron en que al centro de cualquiera de ellos están las historias.

“Las historias mueven al mundo. Sin historias no entenderíamos quiénes somos o hacia dónde vamos, ya que las historias no solo nos conmueven y nos motivan, sino también nos inspiran”, expresó León.

*“Son la forma en la que nos relacionamos, y sobre todo, en estos tiempos es la forma en la que **empatizamos** con los demás y como **nos podemos entender, incluso mejor**”,* agregó.

Similarmente, Navarrete compartió que, considerando que las **narrativas** son el elemento más importante a la hora de **crear contenidos periodísticos o de divulgación**, es imprescindible apelar a la **humanidad** al buscar historias.

*“Las **historias son únicas** porque tienen una característica **original**, pero al mismo tiempo creo que lo que hay que buscar es que **empatizamos** y que incluso **nos identifiquemos** en ellas”,* insistió.

*“Cada historia es **individual y particular**, pero al mismo tiempo en todas las historias humanas relevantes hay algo de nosotros que nos puede inspirar (...) **si toca tu humanidad, seguramente va a tocar la de otra audiencia**”,* añadió.

Para Domínguez, enfocarse en este **tipo de narrativas** ayuda también a **“humanizar”**, e incluso, a hacer **más divertido el material** que en un primer vistazo puede ser considerado meramente informativo, como sucede con temas científicos.

De acuerdo con el **líder multimedia**, si bien la información debe ser tratada de manera **rigurosa**, también existe un ejercicio de creatividad en el **uso del lenguaje audiovisual** para contar de manera entretenida estas historias.



/> width="900" loading="lazy"> **Audiencias alientan a explorar medios y técnicas narrativas**

Asimismo, Torres invitó a los **panelistas** a dialogar acerca de la manera en la que se puede crear un **emparejamiento** entre **las historias y los diferentes medios audiovisuales** capaz de **entretener y enganchar** a nuevas audiencias.

*“Es importante no solo pensar en qué quiero contar, sino en cómo lo quiero contar. Porque **no es lo mismo ver una historia o un contenido en TikTok que un storytelling más largo que puedes encontrar en YouTube**”, intervino Domínguez.*

*“Para **CONECTA** y para **TecScience**, creamos formatos que van desde **videos cortos** de 20 segundos hasta **videos más largos** de 10 minutos (...) exploramos constantemente el **universo narrativo** a partir de lo que las audiencias buscan”, agregó.*

Bajo esta misma línea de pensamiento es que Navarrete explicó cómo **los productos de medios** como **CONECTA** deben responder tanto a **tendencias** como a los **cambios en las necesidades de las audiencias** en las plataformas digitales.

*“Nosotros tenemos además el **reto** de hablarle a muchas audiencias, porque le hablamos a los **universitarios**, pero también a los **profesores**, a los **egresados**, a los **trabajadores del Tec**, a público externo e incluso a **público que habla en inglés.**”*

“Entonces lo que tratamos de hacer es crear como combos, una **sinergia** y cruces **entre formatos y medios** dependiendo de a qué audiencia le estamos hablando y en qué **red** lo estamos haciendo”, aclaró el editor.

León, quien trata con **contenidos especializados de investigación y divulgación** científica, explica que si bien la historia es el elemento que ultimadamente define el éxito de un producto en redes, el **creador debe facilitar su entendimiento**.

“En el caso de los periodistas científicos, nosotros **somos el vínculo y los intérpretes entre los investigadores y las audiencias**. Cuando la gente entiende, es cuando les **llama la atención**”, puntualizó.

“Sin historias no entenderíamos quiénes somos o hacia dónde vamos, ya que las historias no solo nos conmueven y nos motivan, sino también nos inspiran”.- Mariana León



La tecnología no está peleada con la creatividad

Los colaboradores de Tec Media recalcaron el valor de entregar a sus audiencias material que tuviera **elementos relevantes y novedosos** a la par de sacarle provecho a las **nuevas herramientas tecnológicas para crear contenido**.

En el caso de la **inteligencia artificial** y su creciente inserción en la generación de contenidos, los periodistas concordaron en que la **IA por sí sola no tiene la capacidad de reemplazar al factor humano**, pero sí puede ser un gran aliado.

“La inteligencia artificial puede **sacar a lucir nuestra creatividad** si la utilizamos como una **herramienta y no como un líder narrativo**”, explicó Navarrete.

“Me parece que en nuestra profesión hay dos formas de darle uso a la IA, como un **potenciador para nuestra creatividad** y para **sacar adelante las partes tediosas** o de talacha como les decimos”, agregó.

De manera similar, León ejemplificó al contar cómo ella ha enseñado a miembros de su equipo a utilizar la IA para realizar **tareas como la organización de papers científicos** con herramientas como *Research Rabbit*.

Finalmente, los ponentes reflexionaron sobre el **futuro aprovechamiento** de productos con un nivel de enganche creciente, como lo es la **narrativa a partir del audio en formatos como el podcast**.

“Productos así nos abren puertas y **nos dejan echar a volar nuestra imaginación**, teniendo un **impacto adicional para contar el futuro**”, explicó León, quien ya trabaja en el podcast de TecScience, [Historias para mentes curiosas](#).

“Es una **magia que está volviendo**”, concluyó Navarrete, señalando que los podcasts pueden ser considerados como una “nueva” versión de los programas de radio para audiencias más jóvenes.

El sitio de noticias [CONECTA](#) y TecScience son esfuerzos liderados por **Ana Torres Moya**, gerente de **Contenidos y Publicaciones** del Tec de Monterrey.

TAMBIÉN TE PUEDE INTERESAR:

SIGUE EL ESPECIAL DE LA FIL MONTERREY 2024: