

Narrativas transmedia, nuevas herramientas para el cine, la literatura y la comunicación. Casos de referencia en Latinoamérica y Ecuador.

Transmedia narratives, new tools for cinema, literature and communication. Casos de referencia en Latinoamérica y Ecuador

Recibido: 24 de octubre 2021 Aprobado: 28 de octubre 2021

Karen Lizet Ramos Romero
Universidad Nacional del Rosario
Argentina

Resumen

Este artículo explora acerca del concepto narrativas transmedia o *storytelling*, un campo relativamente nuevo que se está consolidando en los últimos años dentro del ecosistema de los medios audiovisuales. Cualquier producto inmerso en el universo de las narrativas transmedia cuenta con gran capacidad de innovación, convergencia y puede presentarse como una nueva forma de comunicar e incluso de hacer periodismo para los nuevos públicos, quienes ya no actúan de forma pasiva, sino que interactúan con el contenido. En el presente trabajo se analizan casos de referencia de proyectos transmedia realizados en Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador y Perú.

Palabras claves:

Narrativas transmedia, audiencias, prosumidores, medios de comunicación, storytelling

Abstract

This article explores the concept of transmedia narratives or storytelling, a relatively new field that has been consolidating in recent years within the audiovisual media ecosystem. Any product immersed in the universe of transmedia narratives has a great capacity for innovation, convergence and can be presented as a new way of communicating and even doing journalism for new audiences, who no longer act passively, but instead interact with it. content. In this paper, reference cases of transmedia projects carried out in countries such as Argentina, Brazil, Colombia, Ecuador and Peru are analyzed.

Keywords:

Transmedia narratives, audiences, prosumers, media, storytelling

Karen Lizet Ramos Romero

Narrativas transmedia, nuevas herramientas para el cine, la literatura y la comunicación. Casos de referencia en Latinoamérica y Ecuador.

Narrativas transmedia: contexto y nuevos públicos

Estamos inmersos en una sociedad de plataformas, pasamos el día haciendo *zapping* digital, navegando de una página a otra, descargando contenido, probando nuevas plataformas e interactuando permanentemente con la información que se nos presenta, a través de los múltiples canales que tenemos a disposición, sean redes sociales, páginas web, foros, wikis, aplicaciones...Y es que las nuevas formas de contar y de consumir información en el siglo XXI ya no son las mismas que en el pasado. Es precisamente en este contexto en donde se enmarca el concepto de narrativas transmedia.

Para poder abordar a profundidad el término y entender su entramado de construcción, vamos por el principio. El concepto de narrativas transmedia (*transmedia storytelling*) fue introducido por Henry Jenkins en un artículo publicado en enero del 2003 en la *Technology Review*, la revista del MIT de Boston. Para empezar a hablar de este concepto establecemos que un producto audiovisual transmedia se fundamenta en tres pilares: un universo narrativo, un número de plataformas de expansión de ese universo y un prosumidor que interactúe con el contenido (Lastra.A, 2015: 72).

A propósito, ¿Sabían ya que su rol, respecto al consumir información, se denomina ahora prosumidor? Sí, así es, y es que nuestra manera de comportarnos al recibir información también ha cambiado, o, yo prefiero decir que ha evolucionado. De hecho, a partir de los resultados del trabajo de un equipo de investigadores del *University College de Londres* se ha podido constatar que la evolución de las sociedades no es abrupta sino que se produce siguiendo pequeños pasos secuenciales hacia una mayor complejidad (Martinez 2010). Volviendo al tema que nos compete, acerca de que ya no somos lectores, consumidores o meros receptores de información, sino que somos

prosumidores de contenidos, vamos a tratar de definir brevemente este concepto que, aunque nuevo dentro de la esfera audiovisual, lleva siendo tema de debate desde su aparición. El concepto de prosumidor hace referencia precisamente a la actual etapa de la sociedad, en la que las personas producen parte de su propio consumo y lo expanden; es decir, el prosumidor está involucrado en el proceso comunicacional: comenta, crea, comparte, participa con el contenido, y esta retroalimentación es la que enriquece a todo producto transmedia, en su conjunto, y lo que permite también su expansión en el universo narrativo. Se realizó este breve paréntesis para hablar del prosumidor, porque de aquí en adelante este concepto va a ser mencionado en varias ocasiones dentro del artículo y en general cuando se habla de narrativas transmedia.

Carlos Scolari en su blog *Hipermediaciones*⁷⁴ define a la narrativa transmedia como un relato que se cuenta a través de múltiples medios y plataformas, y lo explica así: La narrativa comienza en un cuento o novela, sigue en un cómic, continúa en una serie televisiva de dibujos animados, se expande en forma de largometraje y termina (¿termina?) incorporando nuevas aventuras interactivas en un videojuego, como por ejemplo el mundo narrativo de Sherlock Holmes. Por lo que se afirma que una narrativa transmedia tiene dos rasgos que la caracterizan: expansión narrativa y cultura participativa (Scolari 2008). Con la llegada de la tecnología digital, en la década de los años ochenta apareció otra forma de expresión narrativa: el audiovisual interactivo. Esta nueva forma amplió el horizonte de la ficción y no ficción audiovisual y abrió un periodo de experimentación con los formatos. El audiovisual interactivo, entonces, incentiva la navegación, la participación, la contribución y la interacción del usuario en la narración, con lo cual los distintos formatos van hacia un tipo de cine generativo y expandido (Gifreu 2018).

Henry Jenkins ya señalaba en el 2003 que hemos entrado en una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales. Para entender mejor este concepto de narrativas transmedia,

⁷⁴ Ver blog Hipermediaciones de Carlos Scolari en: www.hipermediaciones.com

vale la pena conocer su contexto. El Audiovisual 2.0 ⁷⁵ ha abierto las puertas a uno de los aspectos más codiciados durante décadas: la posibilidad de una interactividad real con el espectador y la implantación de nuevos modelos de negocio (Barrientos 2017). El espectador multipantalla, y especialmente el nativo digital, demanda además de interacción, servicios y contenidos adicionales a los que ofrece tradicionalmente el visionado de producciones audiovisuales.

En los últimos años el audiovisual está viviendo las transformaciones de la llamada tercera revolución industrial, que ha conducido a un escenario multipantalla donde se multiplican los formatos de difusión de contenidos, los dispositivos, y la convergencia con la web que impulsa un nuevo paradigma creativo, el audiovisual 2.0 (Barrientos.M, 2017) y ahora el audiovisual o web 3.0. Lograr una definición estándar de web 3.0 no es tan sencillo, sin embargo, si podríamos resumirlo, un alcance sería que la web 3.0 es la transformación de la web en una base de datos, donde se llega a una situación en la que cada usuario tendría un perfil único en Internet basado en el historial de sus búsquedas.

Álvaro Liuzzi (2013) señala que es importante comprender el concepto de narrativas transmedia "*Storytelling*" introducido por Jenkins (2003) como una evolución de al menos dos términos que lo precedieron: multimedia y crossmedia. En este sentido, hablamos de multimedia cuando la misma historia se narra en diferentes soportes, ya sea por yuxtaposición o integración, manteniéndose dentro de los marcos limitantes del clásico sitio web. Y de crossmedia, cuando la historia se lleva hacia distintos soportes que sólo tienen sentido si se consumen en su totalidad; es decir, el relato cruza plataformas, pero no se extiende.

En este contexto evolutivo, las narrativas transmedia agregan la extensión y fragmentación del relato hipertextual, y sobre todo la interactividad con la audiencia. Es decir, aprovechan lo mejor de cada plataforma para expandirse y

⁷⁵ La Web 2.0 incorpora al usuario como un agente activo en su funcionamiento, y no como un mero receptor de la información.

generar una experiencia mucho más completa que se logra cuando los usuarios participan activamente en la construcción del universo narrativo.

La convergencia de medios y la cultura participativa han permitido una nueva manera de habitar las historias, una nueva manera de contar y transmitir. En este contexto me voy a permitir presentar el proyecto que estoy desarrollando y que busca ser un producto que conjugue todos los elementos narrativos para ser un proyecto transmedia, ojalá de referencia en Ecuador. Hace unos meses, fruto del aprendizaje obtenido en el curso de la maestría en Comunicación Digital Interactiva de la Universidad Nacional del Rosario de Argentina, surgió la idea de fusionar cine y literatura. ¿Cómo? convirtiendo cuentos de autores nacionales en cortometrajes, así nació “El Telón de las Palabras”, ⁷⁶ un proyecto que presenta en una plataforma web la adaptación de tres cuentos de los escritores Juan Carlos Cabezas, Jonathan Carrera y Marcela Ribadeneira. La esencia del proyecto es mostrar otra forma de presentar la literatura ecuatoriana, exhibir cómo pueden llegar a enriquecerse y complementarse mutuamente una obra escrita y una obra visual. El Telón de las Palabras presenta en esta primera fase las adaptaciones a cortometrajes de los cuentos: “Se Llamará Lucas” (Cabezas 2018), “La Tandacucha” (Carrera 2018) y “Matrioskas” (Ribadeneira 2014). Estos cortometrajes, así como los cuentos escritos y audios de entrevistas realizadas a los autores estarán plasmados en una plataforma web, que será la base de todo el proyecto. En este sitio web el usuario podrá hacer un recorrido libre y, de acuerdo a su preferencia de navegación, podrá visualizar los cortometrajes, escuchar los audios de entrevistas a los autores sobre los cuentos, acceder a los cuentos escritos y también al audio-cuento. Continuando con la navegación encontrará también una sección de fotografías de la producción y rodaje de los cortometrajes, y también entrevistas a distintos profesionales que opinarán acerca del cine y literatura en Ecuador y de la fusión de estos géneros. En otro apartado se deslizarán las redes sociales del proyecto a las que el usuario puede unirse, seguirlas y participar activamente con el contenido que se distribuirá en estas plataformas. De hecho, las redes sociales (Youtube, Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok) serán los canales principales de lanzamiento y difusión de El Telón de las Palabras, y contribuirán también a conectar con el usuario, con los distintos públicos a los que puede llegar El Telón de las Palabras, expandiendo el contenido y generando tráfico hacia la web principal. El relato de El Telón de

⁷⁶ La plataforma se encuentra en construcción. El lanzamiento de las piezas y anuncio de las redes propias de El Telón de las Palabras se realizará a través de la cuenta de Twitter de la autora @KarenLizRamos

las Palabras será un relato fragmentado y extendido a través de los distintos soportes. Fragmentado porque se mostrarán extractos de los cortos y entrevistas a los autores a través de las redes sociales propias del proyecto, pero también a través de las redes de quienes, de una u otra manera, forman parte del *staff* del mismo y que invitarán a que se visite el sitio web, que se comparta el contenido y nos generen comentarios. Este proyecto tiene la visión de ser un producto de largo aliento, de sumar historias, leyendas, poesías de autores nacionales pero también de autores extranjeros que residen en el país, hacen literatura y forman parte de la construcción de la cultura ecuatoriana. El Telón de las Palabras es, a su vez, un proyecto de exploración de cómo construir productos transmedia, de cómo generar nuevas experiencias comunicacionales, de cómo expandir historias y relatos, y cómo poner en escena nuevos productos que contribuyan a la profundización del estudio en temas de narrativas transmedia y comunicación digital en el país. Este proyecto pretende estar listo para el lanzamiento a finales de noviembre de 2021.

Rodaje del cortometraje "Se llamará Lucas". Fuente propia.



Rodaje del cortometraje "La Tandacucha". Fuente propia.



1. INT. BAÑO - DÍA

Entra al baño apresurada una mujer, trae un cuchillo en su mano es ALMA(40) tiene el maquillaje corrido por el llanto mal peinada y con la mirada extraviada, va directo al espejo sobre el lavamanos.

Abre el cajón toma un frasco de pastillas. Se lee en el frasco PROPANOLOL.

Deja el cuchillo.

Toma un puñado de pastillas.

Con su mano toma un sorbo de agua del grifo.

Cierra el espejo, y aparece su reflejo pero ahora esta perfectamente maquillada y peinada, se queda un momento mirándose a si misma se lleva la mano a su rostro lo acaricia.

La vemos a ella, aun esta desaliñada con ojeras y el maquillaje corrido.

CORTE A:

2. INT. OSCURIDAD - NOCHE

Vemos una matrioska la mas grande.

CORTE A:

3. INT. BAÑO - DÍA

ALMA esta tranquila, frente al espejo comienza a desmaquillarse.

ALMA
Me he mirado tantas veces en este
mismo espejo, años tras años he
visto y sentido el vacío aquí

Extracto del guión del cortometraje "Matrioskas". Fuente propia.⁷⁷

En la actualidad el lenguaje, las formas de comunicar y expandir mensajes se han ido innovando, han ido desarrollándose y adaptándose a la par de los avances tecnológicos. En este nuevo escenario surgen las narrativas transmedia, una nueva manera de contar y transmitir historias, a través de multiplataformas y formatos con contenidos distintos en cada soporte, que aportan a la construcción del relato, generando nuevas posibilidades experienciales y ampliando creativa y comunicacionalmente las historias de estos productos audiovisuales. Cuando nos referimos a la puesta en escena de un producto transmedia, se trata del despliegue y difusión de sus contenidos en diversas plataformas y medios informativos, así como en distintos formatos, aplicando un lenguaje narrativo adaptado para cada medio. La narrativa transmedia es un lenguaje contemporáneo desarrollado por la sociedad a partir de los procesos

⁷⁷ A la fecha de la entrega del presente artículo nos encontramos en la preproducción del cortometraje "Matrioskas", que será grabado en octubre de 2021.

y ambientes interactivos y que tienen como característica la difusión de mensajes distintos, a partir de plataformas diversas, por redes sociales y ambientes facilitadores de retroalimentación y en dispositivos móviles (Irigaray y Lovato 2014: 137).

El ser humano necesita de historias para comprender la realidad y analizar los elementos de la misma, y si además estas narraciones involucran al usuario ofreciéndole un papel protagónico al poder participar en el contenido, se está incluyendo un factor emocional importante en la relación comunicacional. Como lo hemos señalado anteriormente, las narrativas transmedia suponen una nueva forma de presentar un tema, de narrar historias que se expanden dentro del universo mediático por partes, pero que confluyen en un solo sitio, que abraza toda la narrativa: textos, videos, audios, fotografías. Como lo señalan Jenkins y Ford, Green (2015): "De la nueva ecología mediática emerge un paisaje diferente, con contenidos dispersos en muchos medios y plataformas, experiencias diversificadas de consumo y una participación cada vez más intensa por parte de los prosumidores".

Proyectos transmedia de referencia en Latinoamérica: documentales web

Después de haber realizado un repaso por el concepto de narrativas transmedia vamos a adentrarnos en el documental web, web doc o también llamado documental interactivo o multimedia, que se enmarca, como habíamos mencionado anteriormente, dentro de las nuevas formas de contar en el siglo XXI y que además está tomando impulso en algunos países de América Latina, en donde se han desarrollado documentales web que han ganado reconocimiento internacional.

El documental web es una producción documental que se diferencia de otras formas más tradicionales y de narrativa lineal por tener la posibilidad de aglutinar variedad de recursos y elementos narrativos, con la finalidad de permitir la interacción del público con el material informativo. En el documental web se combinan diversas herramientas multimedia: fotografía,

audio, texto, animación, infografía e incluso elementos de gamificación⁷⁸; a fin de facilitar la interactividad con el usuario (Rosique, Gloria 2015) . Estos recursos junto a una interfaz navegable le dotan de una mayor flexibilidad al documental web y enriquecen el contenido y la experiencia del espectador.

En el ámbito de las nuevas tecnologías se conciben como proyectos en permanente construcción que, a través de la convergencia mediática y de la participación de los usuarios, podría brindarle un mayor ciclo de vida y nuevas perspectivas a este nuevo formato. El documental interactivo se define como un género de la no ficción interactiva que representa un fragmento de la realidad, a través de un medio interactivo, web, aplicación, instalación o dispositivos específicos (Vázquez y López 2017).

Por tanto, el documental web construye un relato hipertextual con múltiples medios y lenguajes e incorpora la interactividad como rasgo fundamental. Aunque esta es su denominación más extendida, la apertura de su definición hace que cuente con otras nomenclaturas ajustadas a su caracterización, como documental multimedia, documental transmedia, *i-doc*, *webdoc* o documental web. Los documentales multimedia interactivos (DMI) son piezas complejas que remiten, necesariamente, al imaginario del documental audiovisual como género narrativo. En ese sentido, es cierto que el DMI conserva cosas del documental audiovisual, pero propone otras estrategias a partir de su desarrollo en medios digitales (Lovato, Anahí 2014:54).

Desde su aparición en la década de los ochenta, su evolución sigue la tendencia de transformación del lenguaje interactivo. Gifreu (2013) designa tres etapas por las que pasa el documental web desde sus inicios: una primera de aparición (1980-1990), con muestras aisladas en torno a las grandes compañías tecnológicas; una segunda, de experimentación (1990- 2000), cuando crece el interés y la búsqueda de nuevos formatos, acompañada de la popularización de internet, y una tercera, de constitución (2000-2010), momento en el que el

⁷⁸ La gamificación es una técnica de aprendizaje que traslada la mecánica de los juegos al ámbito educativo-profesional.

medio digital asume el protagonismo y crece la producción significativamente, hasta la consolidación en la actualidad, una fase todavía en desarrollo.

En el entorno audiovisual multipantalla encontramos el *webdoc* en el punto de intersección entre el documental y lo digital, un formato concebido para su distribución y consumo en internet, pero además el documental interactivo y su narrativa se enmarca dentro de un nuevo tipo de documental que se establece entre el cine y la interacción (Gifreu, Arnau 2014), y se concibe como un nuevo género audiovisual, con características propias y específicas.

Pese a que nunca ha tenido el reconocimiento y la popularidad de otros géneros audiovisuales, en los últimos años el documental audiovisual ha comenzado a resurgir entre la red y las nuevas tecnologías, y a encontrar su lugar en un espacio más proclive a su producción y emisión, con independencia de los medios tradicionales (Rosique, Gloria 2015:65).

Las características del documental web surgen precisamente de la fusión, donde el género documental aporta sus variadas modalidades de representación de la realidad, y el medio digital, las modalidades de navegación; así lo describe Gifreu (2014) en su tesis doctoral "El documental interactivo como nuevo género audiovisual", en donde destaca que el documental interactivo para poder categorizarse como tal, debe enmarcarse en los siguientes parámetros:

1. El documento debe utilizar tecnología digital desde el punto de vista de la interacción fuerte, que requiere un usuario activo en vez de un espectador pasivo, es decir, que la toma de decisiones del usuario se considere un requisito básico para avanzar en la historia.
2. El documento debe mostrar una voluntad de representación de la realidad con la intención de documentar una situación de una manera concreta (lo que caracteriza la parte documental).

3. Para ser considerado propiamente un documental interactivo, debe incluir al menos una modalidad de navegación o interacción (lo que caracteriza la parte interactiva digital).

Para finalizar, cabe destacar, como lo señalan Vázquez. J y López. X, (2017), que pese a las definiciones dadas por los distintos autores sobre el documental web, no se puede hablar de una definición rígida o cerrada del concepto, ya que permanece en cambio y adaptación, lo que sí se establece es precisamente la distinción que hace Arnau Gifreu (2011) respecto al documental lineal y al documental multimedia interactivo en donde destaca que el elemento clave que diferencia el campo audiovisual del interactivo es evidente: la narración tradicional cuenta con una linealidad y no se puede alterar el orden del discurso, mientras que en el terreno interactivo se puede afectar este orden y modificarlo.

Como bien lo señalan Fernando Irigaray y Anahí Lovato (2014:144), el documental transmedia es un género que surge y se consolida a diario, con nuevas experiencias y resultados. Mientras tanto, es una forma de orientar a nuevos estudios y producciones para tener, en algún tiempo, nuevos formatos transmedia para obtener una narrativa documental.

Y precisamente esta narrativa documental parece estar en su auge en América Latina. Arnau Giffreu (2019) señala que en la región hay una necesidad imperiosa de contar historias. Estas historias suelen ser de no ficción y estar conectadas a eventos que ocurrieron en el pasado, lo que generó un movimiento de activistas y documentalistas sociales. Ese movimiento está relacionado con el resurgimiento del documental de bajo costo y autogestionado, que tuvo su punto máximo en los años 80 y 90 y que ha encontrado un nuevo camino en el siglo XXI, gracias a las nuevas tecnologías, así se refiere Arnau Giffreu (2019) a la pregunta de por qué América Latina se ha convertido en un centro de producción documental en la era de los nuevos medios. Es por tal razón que en este punto, vamos a hablar de cinco ejemplos de documentales transmedia producidos en Latinoamérica, que abarcan todas las características de un producto transmedia. Uno de ellos es: "La otra orilla, un mismo lugar" (2018), un proyecto transmedia dedicado a los derechos LGBTQ en Colombia, que busca sensibilizar sobre el tema a las audiencias familiares. Este amplio docuweb

consta además de una serie de televisión de 12 capítulos, un video-blog, series fotográficas y espacios interactivos en la plataforma.

Otro ejemplo, es [The Quipu Project \(2015\)](#), un documental interactivo de Perú sobre mujeres esterilizadas ilegalmente durante el gobierno de Fujimori, que tuvo un importante impacto en el país al revelar que 272.000 mujeres y 21.000 hombres fueron esterilizados en los años 90 en Perú, miles de ellos sin su consentimiento. Este documental interactivo, que conecta una línea telefónica gratuita en Perú a este sitio web, es un proyecto que nace después de casi 20 años de estos sucesos y revela las voces y testimonios de las personas afectadas. El proyecto Quipu toma el nombre de este instrumento tradicional de almacenamiento de información, que es usado como metáfora visual para crear una interfaz web que se convierte en un repositorio virtual de los testimonios de los afectados por este plan nacional ejecutado por Fujimori.

[El Secreto de la Luz \(2018\)](#) es un documental web realizado en Ecuador que permite conocer el trabajo y el legado de Rolf Blomberg, un explorador sueco que se radicó en Quito, escribió libros y realizó películas en las que tiene a la naturaleza y a las culturas ecuatorianas como protagonistas. [El Secreto de la Luz](#) se estrenó en salas de cines nacionales e internacionales y posteriormente se plasmó en una plataforma web interactiva, a fin de que los usuarios puedan seguir y explorar los mundos que Blomberg documentó.

En este documental web hay la posibilidad de ver el filme original y el film interactivo, que consta de galerías fotografías, textos, audios y juegos, desplegados en cuatro capítulos.

[El Secreto de la Luz](#) es un proyecto interactivo que muestra, además, la diversidad del país desde distintos puntos de vista.

Los medios interactivos y la narrativa inmersiva, especialmente cuando se publican en múltiples plataformas, sirven como nuevas formas de comunicación con las audiencias.

Otro ejemplo de documental web en la región es [Calles Perdidas](#). (2013), un proyecto sobre el avance del narcotráfico en Rosario, Argentina, que consta de una amplia y profunda investigación periodística, que se conjuga y complementa con videos testimoniales, infografías, galería fotográfica y textos, todo condensado en una plataforma web en la que el usuario puede realizar el recorrido a su elección.

En este contexto de convergencia tecnológica y cultural, otro ejemplo de proyecto transmedia es [Tras los pasos de El Hombre Bestia](#) (2013) que busca experimentar nuevas formas narrativas, ensanchando el relato documental a través de múltiples medios y soportes. A partir de la historia del primer film de género fantástico argentino: "El Hombre Bestia" (1934) se sincroniza una trama de medios que incluye, entre otras cosas: un documental para TV, minisodios para web y móviles, relatos en redes sociales y *microblogging*, juegos *on line*, crónicas periodísticas para diarios en papel y medios digitales, realidad aumentada, intervenciones urbanas territoriales, acciones participativas y lúdicas, pensadas para permitir a los usuarios la expansión de la narrativa, haciendo uso de la ciudad como una gran pantalla hipertextual.

Uno de los documentales transmedia más logrados de los últimos tiempos es el proyecto brasileño [The Sound of Bells](#), un docuweb interactivo para que el usuario pueda sumergirse en el mundo oculto de los campaneros y sentir su esencia y belleza mientras navega a su propio ritmo. El proyecto experimenta con una nueva plataforma de narración interactiva digital en una película documental que se acerca a la cultura popular tradicional, como se señala en la página del Laboratorio de Innovación Audiovisual de Radio y Televisión Española, el proyecto es la "joya brasileña", que aplica una estrategia transmedia bien calculada.

Para finalizar este apartado cabe destacar lo que Fernando Irigaray (2013) señala acerca de los documentales web: "Una producción multimedia interactiva, no es simplemente la posibilidad de producir contenidos con diferentes lenguajes que se complementen, sino que es una forma integrada convergente, un lenguaje nuevo que imbrica diversos lenguajes en un todo armónico narrativo. Pensar una

producción hipermedia es diseñar una estructura narrativa con un alto grado de multimedialidad, hipertextualidad e interactividad en un sistema convergente”.

Para cerrar este artículo considero importante reflexionar sobre algunos puntos al respecto del desarrollo de productos transmedia y manejo de la información:

- Las nuevas formas de contar en el siglo XXI son posibles gracias al desarrollo y utilización de soportes y formatos en donde se despliega la narrativa, muchos de los cuales son de fácil acceso y tienen opción gratuita. Por tanto emprender un producto transmedia, en muchas ocasiones, no es un tema de recursos sino de voluntad.
- En el contexto actual, en el que incluso vivimos una infoxicación⁷⁹ continua por la sobrecarga de información que recibimos, los usuarios en su papel de prosumidores, además de colaborar con la experiencia narrativa con sus comentarios, audios, etc., tienen también el deber implícito de actuar responsablemente con la información que comparten. Marc Amoros (2018) en su libro “*Fake News*” señala que si nos tomáramos un tiempo antes de retuitear o difundir rápidamente una noticia, nos convertiríamos en uno de los cortafuegos más efectivos en contra de las *fake news*, tema que, si me lo permiten, sería abordado en un próximo artículo.

⁷⁹ Gran cantidad de información que resulta muy difícil de procesar por su volumen.

Bibliografía y Filmografía

Amorós, Marc (2018) Fake News. La verdad de las noticias falsas. Plataforma Editorial. España. Cabezas, Juan Carlos (2018) Formas de incendiar el día. Editorial la caída. Ecuador.

Carrera, Jonnathan (2018) ¿Y ahora qué hago? Me pregunto solitario...con estas putas ganas de llorar. Ilusiones. Ecuador.

Gifreu, Arnau, 2014. El documental interactivo como nuevo género audiovisual. Tesis doctoral. Universidad Pompeu Fabra.

Irigaray, Fernando y Lovato, Anahí 2014. Hacia la comunicación transmedia. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, Argentina.

Jenkins, Ford, Green 2015. Cultura Transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red. Editorial Gedisa.

Jenkins, Henry 2008. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Ediciones Paidós.

Lastra, Ana 2016. El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia. Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes. <https://doi.org/10.7195/ri14.v14i1.902>

Martinez, Yaiza 2010. Las sociedades evolucionan dando pequeños pasos hacia la complejidad. Disponible en: <https://bit.ly/3GdAckg>

Ribadeneira, Marcela 2014. Matrioskas. Cadáver Exquisito Ediciones. Ecuador

Rosique, Gloria 2015. Presencia e implantación del documental interactivo en los programas de estudio de las universidades españolas.

Links de los documentales web expuestos:

<http://www.laotraorilla.com.co/index.html>

<https://interactive.quipu-project.com/#/en/quipu/intro>

<http://elsecretodelaluz.com/#Intro>

<http://www.documedia.com.ar/callesperdidas/>

<http://www.dcmteam.com.ar/3/transmedia/16/Tras-los-pasos-de-El-Hombre-Bestia--Documental-Transmedia>

<https://somedossinos.com.br/?lang=en>