



Producción de contenidos transmedia, una estrategia innovadora

Transmedia content production, an innovative strategy

Transmedia produção de conteúdo, uma estratégia inovadora

Claudia Esperanza Saavedra-Bautista¹

William Oswaldo Cuervo-Gómez²

Iván Darío Mejía-Ortega³

Fecha de recepción: julio 2016

Fecha de aceptación: noviembre 2016

Para citar este artículo: Saavedra-Bautista, C.E.; Cuervo-Gómez, W, O.; y Mejía-Ortega, I.D. (2017). Producción de contenidos transmedia, una estrategia innovadora. *Revista Científica*, 28 (1), 6-16. **Doi:** [10.14483/udistrital.jour.RC.2016.28.a1](https://doi.org/10.14483/udistrital.jour.RC.2016.28.a1)

Resumen

El escrito presenta una revisión de la literatura sobre el estado del arte de la transmedia y su aplicación en diferentes escenarios. Esta revisión se realiza como punto de partida para el desarrollo del proyecto Prácticas de inteligencia colectiva para la construcción de narrativas transmedia, cuyo objetivo es determinar estrategias de inteligencia colectiva para la generación de narrativas transmedia. Se indaga sobre tácticas de producción transmedia y procesos colaborativos que surgen dentro de su elaboración. Así mismo, se exponen experiencias exitosas que apuestan por la incursión de esta novedosa práctica en la educación. Se concluye que tendencias como la producción transmedia se han convertido en un fenómeno social que surge en medio de la convergencia digital, ofreciendo oportunidades de ver y repensar la realidad, a través de la escritura creativa y colaborativa, involucrando diversos y novedosos formatos de producción de contenidos que diversifican los relatos y permiten la participación e interacción de múltiples medios análogos y digitales.

Palabras Clave: crossmedia, multimedia, narrativa, storytelling transmedia.

Abstract

The paper presents a literature review on the state of the art of transmedia and its application in different scenarios. This review is carried out as a starting point for the development of the project "collective intelligence practices for building transmedia narratives", which aims to determine strategies for generating collective intelligence of transmedia narratives. It explores tactics transmedia production and collaborative processes that arise within its development. Also, successful experiences that are committed to the incursion of this new practice in education are discussed. It is concluded that as the transmedia production trends have become a social phenomenon that comes amid digital convergence, offering opportunities to see and rethink reality through creative and collaborative writing; involving various formats and new content production, diversifying stories and enable participation and interaction of multiple analog and digital media.

¹. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Tunja, Colombia. Contacto: claudia.saavedra@uptc.edu.co

². Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Tunja, Colombia. Contacto: wilycu@gmail.com

³. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Tunja, Colombia. Contacto: ivan.mejia@uptc.edu.co

Keywords: Crossmedia, multimedia, narrative, storytelling, transmedia.

Resumo

O artigo apresenta uma revisão da literatura sobre o estado da arte de transmedia e sua aplicação em diferentes cenários. Esta avaliação é realizada como um ponto de partida para o desenvolvimento do projeto "práticas de inteligência coletiva para a construção de narrativas transmídia", que visa determinar as estratégias para a geração de inteligência coletiva de narrativas transmídia. Ele explora a produção de táticas transmedia e processos colaborativos que surgem dentro de seu desenvolvimento. Além disso, as experiências bem sucedidas que estão comprometidos com a incursão de esta nova prática na educação são discutidos. Conclui-se que, como o transmedia tendências de produção tornaram-se um fenômeno social que ocorre em meio a convergência digital, oferecendo oportunidades para ver e repensar a realidade através de escrita criativa e colaborativa; envolvendo vários formatos e nova produção de conteúdo, histórias diversificação e permitir a participação ea interação de múltiplos meios analógicos e digitais.

Palavras chave: crossmedia, multimídia, narrativa, narração de histórias, transmedia.

Introducción

Teniendo en cuenta la irrupción de andamiajes tecnológicos aplicables a diferentes escenarios, se hace necesario que en el campo educativo se fortalezca el uso de los medios digitales orientados a la enseñanza y el aprendizaje, para que estos aporten al desarrollo de los estándares pedagógicos establecidos por el Ministerio de Educación Nacional.

Los jóvenes disfrutan de las redes sociales, videojuegos, dispositivos móviles, cine, televisión, uso de la segunda pantalla y tendencias de aprendizaje como la *gamificación*, lo cual ha llevado a desarrollar una nueva oralidad electrónica que va más allá de la expresión convencional. Por lo que

resulta valioso aprovechar los hábitos de los nativos digitales, para proponer estrategias de aprendizaje transmedia que fomenten procesos de escritura creativa, convirtiendo al estudiante en un agente dinámico prosumidor, es decir, pasar de consumidor pasivo a productor activo de contenidos.

Además, se reconoce el aporte en los procesos educativos de las narrativas transmedia construidas mediante procesos de inteligencia colectiva, ya que la llegada de nuevos formatos maximiza los medios de transmisión para la difusión de la información. Esta tendencia sugiere que en la medida en que se haga partícipe al estudiante en la construcción de narrativas se aprovechan los procesos de cocreación y se pone a prueba la intercreatividad⁴ (fusión de interacción y creatividad que puede dar cabida a novedosas propuestas transmedia con fines educativos).

Por lo anterior, este artículo se orienta hacia la construcción de una base teórica de las narrativas transmedia, su aplicación en contextos educativos y sus diferencias con otros procesos de construcción que surgen en la era actual como: crossmedia, hipermedia y narración interactiva.

Metodología

Para el desarrollo de esta investigación se realizó la revisión de literatura en las bibliotecas digitales IEEE Xplore, ScienceDirect, Scopus y Google Scholar, utilizando el gestor de referencias Mendeley con el fin de identificar, evaluar y analizar los principales conceptos, definiciones y corrientes investigativas en esta disciplina. También fue importante la discusión entre los integrantes del grupo de investigación sobre los hallazgos conceptuales en torno al tema objeto de estudio.

Desarrollo

La aparición de nuevos repertorios tecnológicos ha producido cambios significativos en el lenguaje

⁴ Tim Berners-Lee propone el término intercreatividad.

y en el ecosistema de medios, conduciendo a la exploración de nuevas estrategias de producción de contenidos que atiendan a la creatividad de las audiencias y que hoy se conocen como transmedia. Esta estrategia emerge en un contexto hipermediático y le apuesta a la expansión de relatos a través de diversos medios. Es así que las narrativas transmedia se conciben como una narración que se expande por diferentes sistemas de significación como el verbal, icónico, audiovisual e interactivo. También a través del cine, el cómic, la televisión, los videojuegos, el teatro y demás. Se plantea así la necesidad de superar el formato “monomedia” para empezar a pensar en formato transmedia (Scolari, 2013).

Storytellings otra forma de referenciar las narrativas transmedia. Esta tendencia toma fuerza a finales de la década de 1990 (Jenkins, 2003; citado en Calvo, 2013). Dentro de las producciones transmedia más destacadas se puede mencionar la película *StarWars* en la década de 1970, que con un despliegue de medios y formatos expande el relato de la saga. Así mismo, películas como *Matrix* o *Harry Potter* son otros ejemplos que permiten ilustrar el efecto dinámico del campo de la transmedia. Estas experiencias narrativas tienen su más directo antecesor en la adaptación cinematográfica de textos literarios (Words, 2001), aunque Belsunces (2011) señala que existen multitud de transmedias sin ficción. Para Andy Cameron (1998), desde el inicio de sus tiempos el ser humano ha contado historias y es por ello que tiene la facultad de transmitir las representando todo lo que la imaginación le permite, dando identidad a la existencia y evidenciando la manera en que cada cultura se percibe a sí misma y al mundo.

Según Jenkins (2006), los precursores del fenómeno transmedia son “relatos interrelacionados que están desarrollados en múltiples plataformas, pero que guardan independencia narrativa y sentido completo”. De igual forma, afirma que para entender el movimiento transmedia se debe hacer desde una mirada de la convergencia mediática, donde:

El flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento. (Jenkins, 2008, p. 14)

La transmedia ha abierto escenarios en los cuales el usuario sufre cambios en su actuar, pasando de ser una persona pasiva a ser activa y participativa, contribuyendo en la creación de una historia, denominándose así un usuario prosumidor (Scolari, 2013). El fenómeno transmedia debe entenderse como un tipo de producción cultural o discurso donde el relato se expande a varios medios y plataformas y los “usuarios” participan en esa expansión.

Dena (2009) propone abandonar las historias lineales para brindar más posibilidades a los públicos mediante la interactividad. Los temas transmedia no se consumen sino que permiten al prosumidor interactuar con ellos para aprender y vivir una experiencia. Remírez (2012) refiere que es imposible la transmedia individual.

Respecto a la ambigüedad que puede ocasionar el vocablo transmedia, la investigación de Mora (2014), Acercamiento al problema terminológico de la narratividad transmedia, indica las diferentes perspectivas teóricas que han examinado este fenómeno, resaltando la existencia de varios campos de investigación que, a pesar de su común interés por lo transmedial, parecen a veces ignorarse unos a otros, utilizando su propio léxico.

Las teorías de la adaptación cinematográfica, la literatura comparada o las producciones multimediales ofrecen sus opiniones separadas dirigidas a analizar las formas, funciones, efectos y estructura de las experiencias transmedia, las cuales pretenden darle al concepto la importancia que merece. El ideal de la narración transmedia es aprovechar lo mejor de cada medio para que de una historia se pueda producir una película, una serie de televisión, novelas y hasta cómics; es un universo que puede propagarse hasta los videojuegos o experimentarse en un parque de atracciones (Bellón, 2012).

Los profesionales ya han comenzado a hablar de guión transmedia para referirse a una nueva forma de construir relatos destinados a varios medios a la vez, partiendo de un universo común. Lo importante es que cada nueva ventana implemente a la anterior. (Galán, Elena y Herrero, 2011)

Es importante recordar que el contar historias viene de siglos atrás, pero ahora cuentan con el componente de los medios que facilitan la expansión de estas. “Los humanos siempre contamos historias. Las contamos durante milenios de forma oral, después a través de imágenes en las paredes de roca, más adelante por medio de la escritura y hoy mediante todo tipo de pantallas” (Scolari, 2013). Como lo expresan Hill y Grinnell (2015), a pesar de que la narración no es algo nuevo, la narrativa que expresa la historia usando multimedia (narrativa digital) es bastante reciente.

Por otro lado, el papel protagónico de los dispositivos móviles brinda nuevas posibilidades de generar y distribuir contenidos, abriendo más oferta de participación de las audiencias y conduciendo a un cambio entre la relación del espectador con el contenido. Las historias ya no se pueden contar de la misma manera para las nuevas pantallas (Tognazzi Drake, 2012).

Aunque la transmedia no ha tenido mucha intervención en experiencias pedagógicas, se considera que en el ámbito educativo puede ofrecer beneficios significativos en términos de aprendizaje. “La producción transmediática se asocia con objetivos comerciales, publicitarios, artísticos, experimentales, creativos y mucho más” (Agued-Gómez *et al.*, 2014).

Por otro lado, Buckner y Rutledge (2012) afirman que existen tres razones que deben motivar a productores de contenidos a usar la narración transmedia para aumentar el éxito de sus historias: persuasión, conexión con la audiencia e impacto financiero. Las estrategias transmedia crean varios puntos de entrada que cubren las diferentes necesidades de los usuarios. Cada medio, tira cómica, videojuego, aplicación móvil, obra literaria o

película, debe llegar al usuario como una experiencia independiente y completa que lo satisfaga.

Otros autores refieren que hablar de *transmedia storytelling* es hablar sobre la base de una narración integrada que se desarrolla a través de múltiples medios y estilos y que los usuarios deberán absorber para poder experimentar el relato completo (Martin *et al.*, 2011).

Ahora bien, para Richards (2014) “La narrativa es la forma primaria a través de la cual se hace posible comprender y dar significado a nuestras experiencias y que hace posible contar y escuchar historias”. La narración de vivencias propias permite descifrar y comprender el mundo. La narración da coherencia a las creencias compartidas y valores transmitidos (Miller, Potts y Fung, 1990).

En conclusión, esta primera revisión permite referir que la transmedia promueve la construcción social y abre oportunidades de ver y repensar la realidad, ofreciendo diversos y novedosos formatos de producción de contenidos.

Las disciplinas que intervienen en la transmedia

La transmedia ha influenciado el avance de la tecnología hacia la producción de contenidos en su mayoría enfocados a las redes sociales y ha provocado un gran cambio en muy poco tiempo. Los que antes eran consumidores de contenidos ahora no están dispuestos a ser simples receptores, tienen interés por ser escuchados y tenidos en cuenta.

La multimedia es el eje central de la transmedia, hipermedia y crossmedia, que ha logrado involucrar otras áreas del conocimiento como la literatura, el arte, la ficción, entre otras, dando la posibilidad de producción de una amplia gama de materiales en relación con las necesidades y el contexto de aplicación. Así mismo, la multimedia ofrece diversas posibilidades de acuerdo con los intereses del usuario, entendido este como el sujeto que busca transformar una experiencia cotidiana valiéndose de distintas aplicaciones de software tales como: textos, imágenes, animaciones de video,

gráficas, audio, entre otras. Desde la mirada de los consumidores, el ejercicio transmedia promueve la multialfabetización, es decir, la capacidad de interpretar de forma integral los discursos procedentes de diferentes medios y lenguajes (Dinehart, 2010).

En la actualidad, el usuario aprovecha la variedad de recursos multimedia que encuentra en la red, distribuidos en diferentes plataformas, para crear narraciones transmedia. Por lo cual, si se toman estos recursos para el proceso de enseñanza-aprendizaje, de seguro el estudiante se sentirá inmerso en dicho proceso como multiplicador y transformador de lo aprendido.

Cabe anotar que las opciones multimedia como la nube, applets, widgets, entre otras, amplían los canales de aprendizaje, permitiendo que el proceso educativo sea transformador. Por lo tanto, la aplicación de objetos multimedia implica gran interacción profesor-estudiante, donde el primero es un sujeto activo que usa las nuevas tecnologías en su quehacer pedagógico adaptando sus saberes al contexto de los estudiantes, quienes son el núcleo del proceso educativo.

De esta forma, aprender mediante la tecnología involucra una interacción directa entre docente y estudiante, donde ambos reciben retroalimentación y el conocimiento se adecúa según el contenido multimedia presentado (Ivanova, Holotescu y Grosseck, 2014).

La transmedia también está constituida por la narración crossmedia, una red tejida mediante una serie de elementos en torno a un universo narrativo. Dichos elementos deben formar un canon coherente en sus múltiples manifestaciones (Roig, 2009). Por tanto, la crossmedia y transmedia tienen en común el uso multiplataforma de diversos formatos para contar historias. La diferencia reside en que mientras con la transmedia la totalidad de la ficción es obra de los autores, con el crossmedia el público participa de la autoría, incluso llegando a relevar a los autores originales (Sanmartín, 2012). En la figura 1 se presentan las diferencias conceptuales en torno a transmedia, multimedia y crossmedia.



Figura 1. Diferencias entre Transmedia, Multimedia y Crossmedia.

Fuente: Elaboración propia.

Tácticas de producción transmedia

En la revisión de literatura que se realizó se encontraron algunas tácticas para la producción de narrativas transmedia, entre las cuales aparece la propuesta de Henry Jenkins, quien define siete principios para la construcción de narrativas transmedia: expansión vs. profundidad, continuidad vs. multiplicidad, inmersión vs. extracción, construcción de mundos, serialidad, subjetividad y ejecución.

Por su parte, Jeff Gómez (2008, citado en Guillén, 2013) propone ocho elementos a tener en cuenta para la producción de contenidos transmedia: el contenido es creado por uno o muy pocos visionarios, la transmedialidad debe ser prevista al comienzo de la vida de la franquicia, el contenido se distribuye en tres o más plataformas, el contenido es único, el contenido se basa en una visión única del mundo narrativo, esfuerzo concertado para evitar fracturas y divisiones en el mundo narrativo, integración vertical de todos los actores y la participación de las audiencias.

Por otro lado, Staffans (2014) menciona que aspectos como la fluidez y la planificación adaptable

a través de objetivos flexibles contribuyen a la creación de la historia, en donde se ofrecen herramientas aunque las posibilidades se encuentran abiertas para realizar contribuciones de cualquier índole, ya que los prosumidores están distribuidos en miles de subculturas.

Según Belsunces, “los proyectos transmedia independientes que dependen de uno o pocos autores muy implicados en la producción, suelen tener una mayor coherencia y profundidad, puesto que no requieren en general de la intervención de actores ajenos a la creación del proyecto” (2011, p. 30).

Sin embargo, Jenkins refiere que hay franquicias de gran éxito en la industria transmedia que están bajo el control de un solo creador o equipo creativo, y esto se debe a que trabajan de acuerdo con un proceso de cocreación que hace la diferencia de la práctica transmedia (2008, pp. 105-106).

Por su parte Hayes (2011), en su proyecto titulado “How to write a transmedia product on bible” busca proporcionar una guía de mejores prácticas de utilidad para el pensamiento, planificación, documentación y material de apoyo necesario al crear un proyecto transmedia.

Experiencias exitosas de transmedia

La revisión de literatura en torno al objeto de estudio permite aseverar que existen variadas investigaciones alrededor de la transmedia, entre estas la denominada “Las narrativas transmedia: una oportunidad para las humanidades en la era digital”, donde se pretende analizar las principales modalidades transmedia y señala algunos desafíos futuros, a la par que entronca con la reflexión sobre el multimedia y el hipertexto de la década de 1990 (Rojas Castro, 2013).

Así mismo, la investigación titulada “Sistemas intertextuales transmedia: exploraciones conceptuales y aproximaciones investigativas” indaga por algunas de las discusiones teóricas que sobre el concepto de narrativas transmedia se vienen tejiendo, deteniéndose en nociones claves como la

de expansión narrativa y relaciones intertextuales, para finalizar indicando la necesidad de constituir una serie de referentes teóricos y metodológicos, que ayuden a abordar la diversidad de formas expresivas que constituyen los sistemas intertextuales transmedia (Montoya, Arias y Arboleda, 2013).

Por otro lado, la investigación “Narrativas transmedia nativas: ventajas, elementos de la planificación de un proyecto audiovisual transmedia y estudio de caso” demuestra que las narrativas transmedia se han posicionado como una fórmula exitosa para aunar en un mismo esfuerzo creativo diferentes contenidos, generar la implicación de los usuarios e incrementar los canales para rentabilizar el proyecto (Costa, 2013).

Otro estudio es el desarrollado en 2011 en España, que lleva por título “Narrativas transmediáticas en España: cuatro ficciones en busca de un destino crossmedia”, se basa en la tradición semiótica y narratológica y analiza cuatro producciones transmediáticas de ficción producidas en España: *Las tres mellizas*, *Infidels*, *Serrallonga* y *Águila Roja*. Se sostiene en dicho artículo que el panorama de las narrativas transmediáticas es desigual y necesita de nuevos conceptos y taxonomías que ayuden a su mayor comprensión (Scolari, Jiménez y Guerrero, 2012).

De la misma manera, el estudio desarrollado por Carlos Scolari en España entre los años 2010 y 2011 denominado “Narrativas transmediáticas, convergencia audiovisual y nuevas estrategias de comunicación” indaga sobre las narrativas transmediáticas producidas en Cataluña. Es una investigación de carácter exploratorio donde se analizaron producciones de ficción, *reality shows*, parodias, *late night shows*, producciones publicitarias vinculadas a estas obras y campañas políticas (Scolari et al., 2014).

“Contenidos transmedia y crossmedia para la formación de competencias narrativas en estudiantes de comunicación social” es otra investigación que guarda intenciones similares a este estudio, el cual está encaminado a identificar cómo las estrategias de producción transmedia pueden

contribuir al ejercicio de competencias narrativas dentro de contextos educativos (Aguaded-Gómez *et al.*, 2014). Así mismo, “La narrativa transmedia como experiencia de simulación de inteligencia colectiva. El caso de Atrapado”, es un trabajo que describe y analiza un escenario transmedial de pruebas para la simulación de inteligencia colectiva utilizando cuatro elementos ficcionales: texto literario, cómic, videojuego y juego de rol. Este trabajo concluye que cuando los participantes interactúan con diversas combinaciones ficcionales ofrecen alternativas de solución colaborativa a problemas del diario vivir (Rodríguez, López y González-Gutiérrez, 2015).

Por su parte, el artículo “The educational uses of digital storytelling” presenta una visión general del digital *storytelling* y describe de dónde viene, cómo se puede usar para apoyar la instrucción de los estudiantes y cómo aprenden estos a crear sus propias historias digitales mejorando múltiples habilidades de lectura y escritura (Robin, 2006).

También es necesario mencionar la investigación que se realizó en Taiwán con el nombre “Applying computer multimedia storytelling website in foreign language learning” y que afirma que contar historias es una herramienta de enseñanza práctica y de gran alcance. Sin embargo, para los autores los maestros no han integrado la narración en el aula, entre sus razones están la ausencia de tiempo y la no inclusión de esta en el plan de estudios (Tsou, Wang y Tzeng, 2003).

El estudio “An exploratory study of storytelling approach as an instructional tool from educators perspective” indaga por la percepción que tienen los docentes sobre el uso de la narración como medio de enseñanza en los cursos de la Universiti Teknologi Petronas en Malasia. La investigación tiene como objetivo explorar el uso y aceptación de la narración como medio para la enseñanza en clase, así como los problemas que enfrentan los docentes con el empleo del enfoque de la narración. En general, los resultados indican que el enfoque de la narración se practica de manera no intencionada por parte de los profesores. No obstante, estos

últimos creen que la narración puede facilitar el proceso de aprendizaje en la educación superior y fomentar las habilidades de pensamiento crítico en los estudiantes (Sugathan y Kalid, 2009).

La investigación “Wish shop: designing for a transmedia production model” propone un modelo de producción transmedia, teniendo como base la participación de los usuarios en una web interactiva. El objetivo del estudio fue comprender las experiencias transmedia de los participantes. Al finalizar, se reflexionó sobre la participación y las experiencias de los usuarios con el modelo de producción transmedia y se ajustó el modelo basado en la retroalimentación participativa (Lim y Shi, 2012).

Así mismo, el trabajo “El transmedia en la enseñanza universitaria. Análisis de las asignaturas de educación mediática en España (2012-2013)” analiza cómo se están formando las capacidades propias del transmedia en el ámbito universitario, concluyendo que hay una lenta incorporación de competencias transmediáticas en la universidad española (Del Mar Grandío-Pérez, 2016).

El artículo “Transmedia appropriation and socialization processes among german adolescents” se centra en la perspectiva que tienen los jóvenes alemanes sobre los contenidos de los medios de comunicación en función de sus preferencias e intereses. El escrito presenta una aproximación a la investigación y algunos de los resultados iniciales respecto al papel de los medios convergentes y la narrativa transmedia en los procesos de socialización de la adolescencia (Würfel, 2014).

“Storytelling systems: constructing the interface of the interface” es un proyecto desarrollado en el año 1997, en los Estados Unidos, en donde los niños crean historias que expresan sus sentimientos, situaciones problemáticas e intereses, con el objetivo que exploren su vida interior como vehículo para la transformación del modo de pensar acerca de la comunicación, así como para la construcción del conocimiento (Umaschi y Cassell, 1997).

El trabajo “Using story telling to record requirements: elements for an effective requirements

elicitation approach” es un experimento que contó con la participación de 25 expertos del sector industrial, con el objetivo de identificar requisitos funcionales usando una técnica de narración, para el caso particular del desarrollo de una máquina expendedora de billetes. Se investiga allí la eficacia de la utilización de una técnica de narración en comparación con la técnica tradicional de lluvia de ideas (Boulila, Hoffmann y Herrmann, 2011).

Por último, la investigación “Educación transmedial: estrategias y desafíos para investigar el aprendizaje informal en el escenario hipermediático” reflexiona sobre el concepto de transmedia en el ámbito educativo e indaga sobre los aprendizajes que se pueden generar en el marco de una experiencia transmedia, concluyendo que los procesos de aprendizaje que se producen en la recepción y participación transmedial suceden como resultado de la voluntad comunicativa y creativa de las audiencias (Corona, 2014).

Discusión

Las experiencias revisadas dan cuenta de la existencia de un nuevo fenómeno de producción de contenidos, donde el insumo principal son las narrativas que surgen de la participación e interacción de las audiencias. Los estudios indican que las narrativas o relatos construidos por los usuarios pueden enriquecerse con la implementación de medios en los que se soporten, reconociendo la importancia del papel de dichos medios en el proceso de extensión de la historia.

Dutton (2005) considera que la facultad de narrar ha sido empleada en todas las épocas para transmitir y generar ideas comunes, pero en la actualidad múltiples relatos textuales han migrado a relatos digitales e interactivos maximizando las audiencias y el interés los usuarios. En educación, la construcción de narrativas se concibe como una manera de planificar un relato o discurso que, implementado en un medio, pueda llevarse al aula para atender a una necesidad de aprendizaje.

También se encuentra que un contenido transmedia puede ser presentado por múltiples canales, acompañado de estrategias adicionales como: publicidad, venta de franquicias, promociones y todo recurso que haga posible la expansión de la historia. Lo que ha permitido la creación de novedosas estrategias narrativas para un público nuevo que no solo consume la historia en medios tradicionales, sino que también lo hace a través de las redes sociales y de las nuevas plataformas de comunicación (Evans, 2005).

Para Jenkins (2008), la cultura de la convergencia es donde chocan los viejos y los nuevos medios, donde los medios populares se entrecruzan con los corporativos y el poder del productor y el consumidor mediáticos interactúan de maneras impredecibles.

Una tendencia que ha tomado fuerza en el campo de la transmedia es el ciberperiodismo, que busca ampliar sus audiencias con la integración de herramientas que promuevan la interacción, la multimedialidad y la hipertextualidad.

Otra corriente fundamental del mundo transmedia son los juegos que, según Raybourn (2014), se sugieren como soluciones independientes, pero también pueden servir como puntos de entrada a un canal de adiestramiento integral, en el que el contenido se entrega a medios de comunicación para ampliar rápidamente la inmersión y la educación para audiencias masivas (Grandio y Bonaut, 2012).

La animación es otro campo de trabajo de la transmedia y que se ha venido involucrando en la industria cinematográfica apostándole a escenarios 3D, y posicionándose como una nueva técnica en el arte digital.

Las tendencias en transmedia seguirán apareciendo y son las audiencias las que definirán el tipo de medio y contenido que quieren visualizar. Los productores transmedia buscarán posicionar un producto o servicio atendiendo los intereses de los usuarios en un universo multiplataforma.

A pesar de que la mayoría de experiencias transmedia apunta a fines comerciales y publicitarios,

la producción de narrativas en el campo educativo puede contribuir en el desarrollo de competencias escriturales y estimulación de la creatividad de los estudiantes, así como mejorar procesos de construcción de conocimiento.

Conclusión

Tendencias como la producción transmedia se han convertido en un fenómeno de construcción social que surge en medio de la convergencia digital, ofreciendo oportunidades de ver y repensar la realidad, a través de la escritura creativa y colaborativa. Esta involucra diversos y novedosos formatos de producción de contenidos que diversifican los relatos y permiten la participación e interacción de múltiples medios análogos y digitales. A nivel educativo resulta ser una estrategia innovadora que promueve habilidades de pensamiento y fortalece la creatividad de los sujetos.

Referencias bibliográficas

- Aguaded-Gómez, J. I., León, A. V., Quiceno, C. S., Cardona, E. A. S., Echeverri, G. J. L., Cardeño, J. L. Á. y Arias, L. I. Z. (2014). *Investigación en comunicación-educación y publicidad 2013-2014* (Vol. LXII). Recuperado de: http://www.funlam.edu.co/uploads/fondoeditorial/seminario_comunicacion_educacion_2013-2014.pdf
- Bellón Sánchez de la Blanca, T. (2012). Nuevos modelos narrativos. Ficción televisiva y transmediación. *Revista Comunicación*, 1, 17-31.
- Belsunces Gonçalves, A. (2011). Producción, consumo y prácticas culturales en torno a los nuevos media en la cultura de la convergencia: el caso de Fringe como narración transmedia y lúdica. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Boulila, N., Hoffmann, A. y Herrmann, A. (2011). Using Storytelling to record requirements: Elements for an effective requirements elicitation approach. 4th Int. Workshop on Multimedia and Enjoyable Requirements Eng. —Beyond Mere Descriptions and with More Fun and Games, MERE'11— Co-Located with the 19th IEEE Int. Requirements Eng. Conf., RE'11, 9-16. <http://doi.org/10.1109/MERE.2011.6043945>
- Calvo, I. G. (2013). La ruptura del relato en la narración transmedia: creación de espacios para la acción social. *Journal of communication*, 1, 58-79.
- Corona, J. M. (2014). *Educación transmedial: estrategias y desafíos para investigar el aprendizaje informal en el escenario hipermediático*. Recuperado de: <http://repositorial.cuaed.unam.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/4531/1/Corona.EducaciónTransmedial.VirtualEduca.pdf>
- Costa, C. (2013). Narrativas transmedia nativas: ventajas, elementos de la planificación de un proyecto audiovisual transmedia y estudio de caso. *Historia y comunicación social*, 18, 561-574. <http://doi.org/10.5209/rev-HICS.2013.v18.44349>
- Del Mar Grandío-Pérez, M. (2016). El transmedia en la enseñanza universitaria. Análisis de las asignaturas de educación mediática en España (2012-2013). *Palabra clave*. <http://doi.org/10.5294/pacla.2016.19.1.4>
- Dena, C. (2009). Transmedia practice: theorising the practice of expressing a fictional world across distinct media and environments. *Media and communications*, 1.
- Dinehart, S. E. (2010). Transmedial play : cognitive and cross-platform narrative. Recuperado de: <http://narrativedesign.org/2008/05/transmedial-play-cognitive-and-cross-platform-narrative/>
- Dutton, D. (2005). Estética y psicología evolucionista. *La revista*, 9, 74-87.
- Evans, M. (2005). Make internet radio and podcasting part of your arsenal. *Talkers magazine*, 161, 38-39 y 43.
- Galán, Elena y Herrero, B. (2011). *El guion de ficción en televisión* (1^{era} ed.). Madrid: Editorial Síntesis, S. A.

- Grandio, M. y Bonaut, J. (2012). Transmedia audiences and television fiction: a comparative approach between skins (UK) and El Barco (Spain). *Participations*, 9(2), 558-573.
- Hayes, B. P. (2011). How to write a transmedia production Bible. *Screen Australia*, 1, 20. Recuperado de: <https://speakerd.s3.amazonaws.com/presentations/08aedfa0fb56013102b94a-47441122ce/Transmedia-prod-bible-template.pdf>
- Hill, S. y Grinnell, C. (2015). Using digital storytelling with infographics in Stem professional writing pedagogy. *IEEE International Professional Communication Conference* (Vol. 2015-Janua). <http://doi.org/10.1109/IPCC.2014.7020367>
- Ivanova, M., Holotescu, C. y Grosseck, G. (2014). Multimedia, hypermedia and transmedia in support of learning. *Eighth International Conference on Complex, Intelligent and Software Intensive Systems*, 504-509. <http://doi.org/10.1109/CISIS.2014.72>
- Gómez, J. (2008). *Los ocho elementos de las narrativas transmedia*. Recuperado de: <http://www.socialtves.com/los-8-elementos-de-las-narrativas-transmedia-segun-jeff-gomez/>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Lim, H. y Shi, C. (2012). Wish shop: designing for a transmedia production model. *7th International Conference on Digital Information Management*, 192-195. <http://doi.org/10.1109/ICDIM.2012.6360088>
- Martin, C. y Chu, S. (2011). *Well played 3.0: video games, value and meaning* (1^{era} ed.). Nueva York: Drew Davidson et al., ETC Press.
- Miller, A., Pots, R. y Fung, H. (1990). Narrative practices and the social construction of self in childhood. *American ethnologist*, 17, 292-311.
- Montoya, D. F., Arias, M. V. y Arboleda, H. S. (2013). Sistemas intertextuales transmedia: exploraciones conceptuales y aproximaciones investigativas. *Co-Herencia*, 10(18), 137-159.
- Mora, V. L. (2014). *Acercamiento al problema terminológico de la narratividad transmedia*. Recuperado de: <http://revis-tacaracteres.net/revista/vol3n1mayo2014/problema-terminologico-transmedia/>
- Raybourn, E. M. (2014). A new paradigm for serious games: transmedia learning for more effective training and education. *Journal of computational science*, 5(3), 471-481. <http://doi.org/10.1016/j.jocs.2013.08.005>
- Remírez, F. (2012). *Reflexiones sobre narrativa transmedia*. Recuperado de: <http://biblumliteraria.blogspot.com.co/2012/01/reflexiones-sobre-narrativa-transmedia.html>
- Richards, R. (2014). Narrative Knowing and the Human Sciences. *Chicago journals*, 95(1), 258-260.
- Robin, B. (2006). The educational uses of digital storytelling. *Information technology y teacher education*, 709-716. Recuperado de: http://www.editlib.org/index.cfm?fuseaction=Reader.ViewPresentationpaper_id=22129ypaperfile_id=35333\http://www.editlib.org/p/22129
- Rodríguez Ruíz, J. A., López Peinado, L. D. y González - Gutiérrez, L. F. (2015). La narrativa transmedia como experiencia de simulación de inteligencia colectiva. El caso de Atrapados. *Signo y pensamiento*, 34, 60-72.
- Roig, A. (2009). *Cine en conexión: producción industrial y social en la era cross-media*. Barcelona: Editorial UOC, S.L.
- Rojas Castro, A. (2013). Las narrativas transmedia: una oportunidad para las humanidades en la era digital. *Forma: revista d'estudis comparatius: art, literatura, pensament*, 8, 141-146.
- Sanmartín, J. F. (2012). Media, crossmedia, transmedia. *Atalante*, (13), 34-38.
- Scolari, C. (2013). Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan. *Austral Comunicación*, 2, 247-249.
- Scolari, C. A., Azcárate, S. F. De, Guerrero, M., Martos, A., Obradors, M., Oliva, M. y Pujadas, E. (2014). Narrativas transmediáticas,

- convergencia audiovisual y nuevas estrategias de comunicación. *Quaderns del CAC*, 15(1), 79-89.
- Scolari, C. A., Jiménez, M. y Guerrero, M. (2012). Narrativas transmediáticas en España: cuatro ficciones en busca de un destino. *Comunicación y sociedad*, 25(1), 137-164.
- Sugathan, S. K. y Kalid, K. S. (2009). An exploratory study of storytelling approach as an instructional tool from educators' perspective. *ICCTD 2009-2009 International Conference on Computer Technology and Development*, 2, 480-483. <http://doi.org/10.1109/ICCTD.2009.122>
- Tognazzi Drake, A. (2012). Las transformaciones de los contenidos audiovisuales y la influencia de los dispositivos móviles en el nuevo escenario transmedia. *Anàlisi Monogràfic* 81-95.
- Tsou, W., Wang, W. y Tzeng, Y. (2003). Applying computer multimedia storytelling website in foreign language learning. *Proceedings. 3rd IEEE International Conference on Advanced Learning Technologies*, (3), 262-263. <http://doi.org/10.1109/ICALT.2003.1215074>
- Umaschi, M. y Cassell, J. (1997). Storytelling systems: constructing the innerface of the interface. *Proceedings second international conference on cognitive technology humanizing the information age*, 98-108. <http://doi.org/10.1109/CT.1997.617688>
- Words, E. Y. (2001). *Las adaptaciones literarias al cine: un debate permanente* (pp. 65-70). Editorial Universidad de Huelva
- Würfel, M. (2014). Transmedia Appropriation and socialization processes among german adolescents. *International Journal of Communication*, 8, 2240-2258.

