

Narrativa Transmedia. Análisis del \ "Proyecto 7/40\ ", una experiencia de educación y memoria.

Natalia Corvalan.

Cita:

Natalia Corvalan (2019). *Narrativa Transmedia. Análisis del \ "Proyecto 7/40\ ", una experiencia de educación y memoria. XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-023/565>

Universidad de Buenos Aires – Facultad de Ciencias Sociales

VIII Jornadas de Sociología

Las cuestiones de la Sociología y la Sociología en cuestión

Título de la ponencia: *Comunicación y Narrativas Transmedia como estrategia de Enseñanza-Aprendizaje de la historia reciente. El caso "7/40. Cuarenta años en siete días".*

Eje 6 | Mesa 109 | Subjetividades, formación docente y nuevas tecnologías en la Escuela Secundaria del Siglo XXI

Autora: Prof. Lic. Natalia Corvalán (Fsoc, UBA – UNR)

E-mail: nataliagcorvalan@gmail.com

Resumen: En el marco de la cultura de la conectividad, la inmediatez, la digitalización y la mediatización (Van Dijk, 2016) la disputa histórica entre el Mercado y la Escuela parece haber tenido un ganador indiscutido. La Escuela Secundaria se ve expuesta a nuevos desafíos sobre como enseñar y construir conocimiento con un estudiantado que por fuera de la institución escolar es interpelado por el mercado de entretenimiento y los medios masivos de comunicación. Actualmente ese mercado y la lógica de producción de los medios masivos se encuentran, al igual que la Escuela, transitando un proceso de transformación. Sin embargo, el mercado lleva a cabo su transformación de manera mucho más veloz y participativa; apelando a otras formas de lenguaje, más llamativas, interactivas y menos estáticas, interpelando con recursos que terminan siendo más efectivos que los de la institución escolar. Una de esas estrategias es la utilización de la *Narrativa Transmedia*, la cual está siendo un recurso por demás exitoso y efectivo para llegar a más usuarios y para retenerlos, creando la figura del *prosumidor*, un usuario que consume contenidos y los produce a la vez, echando por tierra a la concepción de pasividad ante la recepción. Este contexto le presenta a la Escuela nuevos desafíos pero a su vez nuevas oportunidades que pueden servir como un reordenamiento de las lógicas y las estrategias de Enseñanza-Aprendizaje y que ya están comenzando a implementarse en la construcción de la memoria colectiva.

Palabras clave: Educación. Mercado. Medios masivos de comunicación. Narrativas transmedia. Prosumidor. Enseñanza-aprendizaje. Escuela. Educación y memoria.

Cuarenta años en siete días: ¿una experiencia transmedia?

“7/40” es una experiencia que se presenta como transmedia realizada en el año 2016, en el marco del aniversario número cuarenta del último golpe de Estado cívico, eclesiástico y militar argentino. Se trató de un trabajo realizado por el Centro de Producción e Innovación en Comunicación, la Secretaría de Comunicación y Medios, el grupo de Investigación en transmedia, el Centro de Estudiantes, la Secretaría de Asuntos Estudiantiles, docentes, estudiantes y graduados de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Córdoba junto con la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Cabe destacar, que dicho proyecto consistió en la reconstrucción en tiempo real de lo publicado por los medios gráficos de la provincia de Córdoba la semana previa al 24 de marzo de 1976, teniendo como “hilo conductor” o trasfondo la historia de dos personajes ficticiales: Delia y Héctor, quienes encarnan a dos ex estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Información (ECI).

A través de la página web del proyecto <http://www.740.eci.unc.edu.ar/> y de cuentas en redes sociales ([Twitter de Delia](#), [Twitter de Hector](#), [Fan Page de Hector en Facebook](#)), se recreó el clima de época, las sensaciones, los sentimientos, los miedos, las convicciones e ideas de los protagonistas, como así también los discursos de los principales medios gráficos de la provincia (*La voz del interior*, *Diario Córdoba* y *Los Principios*). Es de ese modo como podemos observar y contraponer la versión de los hechos según los medios masivos y hegemónicos de comunicación con la de ciudadanos comunes, comprometidos con la sociedad (encarnados en Delia y Héctor).

También se destacan reflexiones y columnas de periodistas y referentes sociales. La página web desarrollada para tal proyecto, presenta además un apartado llamado [Protagonistas](#),

donde se puede acceder a testimonios de docentes de la Facultad de Comunicación, que desde su experiencia personal explican y comparten cómo se vivieron los siete días previos al golpe de Estado. También presenta el apartado [Los medios](#), donde se puede realizar un recorrido por las publicaciones de los principales medios gráficos durante los días 18 a 24 de marzo.

Ahora bien, ¿por qué se afirma que 7/40 es una experiencia transmedia? Básicamente porque se cree que presenta y respeta los cuatro ejes de una guía transmedia (Ardini, 2018).

1) **El eje de la participación**, ya que rompe con la histórica separación entre el emisor y el receptor, entre el productor de una historia y su consumidor. En 7/40 cualquiera puede participar comentando, compartiendo, likeando, *retwitteando* lo publicado por los creadores del proyecto. De esa manera, se participó en la construcción de los relatos, dándole lugar a la figura del Prosumidor^[1]

(McLuhan, 1972) o Emirec (Cloutier, 1971)^[2].

2) **El eje mediático**, ya que se utilizaron diversos espacios para difundir y hacer circular historias, testimonios, datos, versiones de los hechos, noticias, imágenes y audiovisuales, el sitio oficial del proyecto, perfiles de redes sociales, canal de [YouTube](#), Fan Page.

3) **El eje narrativo**: Definitivamente 7/40 se trató de una experiencia narrativa no lineal; ya que no fue una narración acabada. Por el contrario, la variedad de propuestas llevaba a que no se hiciera una lectura siguiendo un camino propuesto por el autor. Se trató en definitiva de un relato circular porque fue interactivo, es decir, fue un relato que tuvo sentido por el libre recorrido de quienes participaron y porque se nutrió, justamente, de esa participación. Además, cabe destacar, se

buscó la construcción de una historia como punto de partida para abrir el diálogo e invitar a la participación en la construcción de una memoria colectiva.

- 4) *Eje de la experiencia*, porque se narraron historias en diferentes plataformas y porque se logró que los prosumidores colaboraran con la construcción del mundo narrativo. Se trató de un mismo universo narrativo, compuesto por diferentes historias en distintas plataformas.

La Narrativa Transmedia y 7/40

El investigador argentino, Carlos Scolari (2015) definió a la Narrativa Transmedia como aquella donde todos los medios cuentan; donde se cruzan dos elementos; por un lado la historia, el relato que se expande en muchos medios y muchas plataformas. Y por otro lado la participación de los usuarios, los fans o los prosumidores generando la expansión del relato. Dicha expansión puede estar encarnada en parodias, finales alternativos, nuevos personajes o en la expansión de los sucesos que les pasa a los personajes. Esto último que señala Scolari, no puede verse en la experiencia analizada. No aparecieron nuevos personajes, ni finales alternativos, por ejemplo. Quizás sea necesario complejizar el análisis incorporando *niveles de participación*; ya que no es lo mismo compartir, *likear*, comentar que realizar, por ejemplo una producción de índole paródica.

En la actualidad numerosas experiencias innovadoras en el campo de la comunicación y creación de contenidos, suelen ser “clasificadas” como transmedia cuando en realidad se trata de experiencias *crossmedia*, *multimedia* o simplemente interactivas. Es propicio rever dichas categorías, sus características y especificidades, para diferenciarlas de la transmedia.

Entonces, sintetizando: multimedia son aquellas producciones que nos narran una única historia a través de diferentes plataformas. Por ejemplo: Cuando un programa televisivo

de información replica una misma noticia en un canal de aire, de cable, en la Fan Page del programa, en el Instagram oficial y en su cuenta de Twitter.

Por otro lado, la crossmedia serían aquellas experiencias donde se narra una misma historia en diferentes plataformas, pero desde distintas miradas, versiones, partes de la misma. Por ejemplo: cuando un mismo hecho es narrado a través de Instagram y de Twitter, pero en el primero se transmiten videos en vivo, y en Twitter en cambio se publican reportes breves minuto a minuto, que contienen sólo textos, sólo imágenes o imágenes fotográficas y textos (Ardini, 2018).

Finalmente, un producto o experiencia interactiva es aquella en la cual se presenta un relato no lineal donde el contenido se fragmenta y el consumidor debe navegar en una red de textos escritos, videos, imágenes, audios. Es decir, se trata de una narrativa que no implica necesariamente multiplicidad de plataformas, ni de historias y ya hay un recorrido predeterminado por el autor.

Entonces, cabe volver a preguntarse: 7/40 ¿es realmente una experiencia transmedia? Este primer análisis y acercamiento a la experiencia como objeto de estudio, nos permite dudar. Por un lado, y si nos ajustamos a la definición amplia de la categoría, sí lo sería porque presenta un mismo universo narrativo compuesto por diferentes historias en distintas plataformas. Sin embargo si la analizamos desde una definición más rigurosa o exigente, como la de Scolari, 7/40 no convoca, no provoca una participación *real* por parte de los prosumidores; ya que no se han podido observar nuevas y otras producciones, como nuevos personajes u otros finales o desarrollos posibles.

Puede observarse que en la Fan Page, el público participó del proyecto compartiendo la publicación del protagonista, *likeando*, y en escasas ocasiones, realizando algún comentario. En la red social Twitter sucede exactamente lo mismo, mientras que en la Página Web oficial

del proyecto no existe instancia o espacio para realizar comentarios. Podría decirse que en dicho espacio se invita a la interactividad, no así a la interacción. La principal diferencia entre interactividad e interacción es que la primera pone el acento en una característica particular que reúnen las nuevas tecnologías (que propician que los receptores puedan participar y adoptar un papel más activo en el proceso de mediación, con internet, por ejemplo), mientras que la segunda se refiere a un flujo de comunicación entre dos o más agentes que alternan sus roles de emisores y receptores. Por tanto, la interacción puede existir perfectamente sin la interactividad (por ejemplo, se puede dar sin necesidad de mediación tecnológica) y la interactividad, según el grado de libertad de intervención que se conceda a los usuarios en un medio determinado, puede ampliar o anular la interacción que se establece entre ellos y la máquina así como entre ellos y otros usuarios.

El proyecto transmedia

Realizar un proyecto transmedia implica un arduo trabajo, ya que se trata de crear y/o utilizar un formato de lenguaje más complejo y profundo dentro de lo interactivo. Es necesario darle la relevancia adecuada al proyecto, ya que sin éste es difícil producir. Sucede en reiteradas ocasiones que un proyecto es pensado o planificado de un modo y luego va mutando, de monomedia a transmedia, por ejemplo. Sin embargo ese no es el caso de 7/40; ya que éste fue pensado desde el inicio como una experiencia transmedia y se presenta como tal. 7/40 tiene como *plot*, es decir como la historia principal, los hechos acontecidos durante los siete días previos al golpe de Estado de 1976 en Argentina, esa fue entonces, su espina dorsal. Para enriquecer dicho argumento, los productores del proyecto decidieron crear varios subplots o subtemas que al ser complementarios pero independientes entre sí lograron reforzar la ambientación del tema principal. Es así como a los testimonios reales de ex

estudiantes y ex docentes de la universidad que vivenciaron en carne propia la época, se le sumaron archivos gráficos de periódicos y la creación de dos personajes de ficción que publican en las redes sociales desde el 18 al 24 de marzo de 2006 pero desde la coyuntura de hace 40 años atrás sus sensaciones, sentimientos y opiniones sobre lo que se avecina.



Twitts publicados por Delia y Héctor, personajes de ficción del proyecto.

#PidenDNIenlaUNC

Según algunos... ¡Ser estudiante es ser peligroso!

La Universidad Nacional de Córdoba (UNC) sigue intervenida bajo la denominada "Misión Ivanissevich". El Ministro de Educación, Oscar... Más



YOUTUBE.COM

Me gustan los estudiantes - Angel Parra

Me gustan los estudiantes - Angel Parra ...

89

6 comentarios 38 veces compartido

Publicación en la cuenta de Facebook de uno de los personajes de ficción

Cabe destacar, que a su vez, el proyecto presenta una identidad visual. Tanto la Página Web oficial como el Canal de YouTube se caracterizan por utilizar la misma tipografía (simulando el tipeo de una máquina de escribir), el mismo logo (La frase “7/40 40 años en 7 días” con algunas gotas de sangre), los mismos colores (negro, sepia y rojo o rojo, blanco y negro) y separadores que nos recuerdan que estamos viendo 7/40 y no cualquier otro contenido.





Logos del proyecto. Presentes en la Página Web oficial y en el Canal de Youtube.

Mientras que en los perfiles de las redes sociales, se utiliza la estética monocromática tanto en las imágenes publicadas, los videos compartidos por Delia y Héctor, como también en sus propias fotografías de perfil; haciendo referencia claramente a la década del 70.

Respecto a la interactividad, como se mencionó con anterioridad resulta un tanto escasa, o bien, reducida. Se visualizan pocos *retwitts*, compartidas, *likeadas* y comentarios. Sin embargo, esto pueda ser producto de una no muy exitosa campaña de promoción del proyecto, o la escasez de los recursos para hacerlo y no por desinterés de los usuarios. Cualquiera fuera el motivo, no puede negarse que esto atentó contra la retroalimentación del proyecto, ya que no continuó en otras redes, ni se construyeron otras versiones o nuevos y otros relatos. Es entonces, que a pesar de haber apelado a la diversidad narrativa para llamar al público, poco se ha convocado a éste.

Según Gosciola la Narrativa Transmedia se caracteriza por presentar mensajes producidos por contenidos diferentes pero relacionados e independientes entre sí. Sin dudas, 7/40 cumple con dichos requisitos, sin embargo el Dr. en Comunicación agrega que también implica que esos mensajes sean expandibles, que el autor de los mismos pierda el control. Y es justamente en ese punto donde el proyecto de la Universidad Nacional de Córdoba no logra avanzar, ya que la propuesta comienza y termina allí.

A modo de conclusión

7|40 es una experiencia de Narrativa Transmedia. Eso no puede negarse. Como tampoco puede negarse ni dejarse de mencionar la cuestión de la escasa participación e interactividad por parte de los usuarios. Podría decirse que ese es el punto deficitario que presenta el proyecto y que el mismo es producto o consecuencia de la falta de una campaña de promoción o publicidad. La promoción de todo producto es uno de los pasos que conforman la producción de toda pieza gráfica, visual, audiovisual, etc., que este pensada hacia un público masivo.

En este caso, se entiende que el objetivo es trabajar la memoria reciente, la efeméride Día de la memoria por la verdad y la justicia; es decir un objetivo que debería involucrar a toda la ciudadanía y ser apoyado por el Estado Nacional, a través de alguno de sus Ministerios, Secretarías o algún otro Organismo del Estado. Sin embargo esto no ha sido así. El proyecto fue llevado a cabo en todas sus instancias por la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC).

Más allá de las exigencias que se le puede hacer al producto en pos de mejorar las futuras experiencias donde se utilizan nuevos lenguajes y técnicas de producción de contenidos; es importante destacar experiencias como la analizada, ya que nos trazan un camino sobre cómo trabajar, por ejemplo, hechos de la historia reciente en el contexto escolar trayéndolos a la actualidad, transponiéndolos a nuevas plataformas, lenguajes y recursos. Utilizar las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación como herramientas para construir procesos de Enseñanza-Aprendizaje significativos y para contribuir a la construcción de la memoria colectiva.

Bibliografía

Ardini C, Caminos A (2018). Contar (las) historias: Manual para experiencias transmedia.

Alveiro: Ria Editorial.

Campalans C, Renó D y Gosciola V (2014). *Narrativas transmedia. Entre teorías y prácticas*. Editorial UOC.

Jenkins H (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press

Landow, G (2006). “Hipertexto 3.0. La teoría crítica y los nuevos medios en una época de globalización”. Estados Unidos. Paidós

Scolari C (2013). *Narrativa transmedia. Cuando los medios cuentan*. España, Ed. Deusto.

[1] Acrónimo formado por la fusión de las palabras *productor* y *consumidor*, Se utiliza para dar cuenta que los usuarios que utilizan canales de comunicación lo hacen como consumidores y productores de contenido.

[2] Acrónimo formado por la fusión de las palabras *Emisor* y *Receptor*. El autor daba por hecho que los nuevos medios de comunicación permiten que cualquier usuario sea a la vez emisor y receptor de un mensaje.