

TEMA 10. TRANSMEDIA Y STORYTELLING.

P1. ¿Qué es el transmedia?

Es un proceso narrativo. Tiene lugar cuando una historia crece por distintos canales y cambia su forma y su contenido según el medio por el que transite. Ejemplo: el universo de La Guerra de las Galaxias a través de películas, series de TV, novelas, cómics, juegos de mesa y de PC, atracciones de parques temáticos, etc. Todas sus ramificaciones argumentales son complementarias, pero independientes entre sí.

Carlos Scolari define la narrativa transmedia como "un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión".

Teresa Bellón (ver más adelante en "Lecturas recomendadas") ha elegido como significativa la explicación que da Henry Jenkins sobre el fenómeno en su libro *Convergence culture*:

"Una historia transmediática se desarrolla a través de múltiples plataformas mediáticas, y cada nuevo texto hace una contribución específica y valiosa a la totalidad [...] Cada medio hace lo que se le da mejor, de suerte que una historia puede presentarse en una película y difundirse a través de la televisión, las novelas y los cómics; su mundo puede explorarse en videojuegos o experimentarse en un parque de atracciones. Cada entrada a la franquicia ha de ser independiente, de forma que no sea preciso haber visto la película para disfrutar con el videojuego y viceversa. Cualquier producto dado es un punto de acceso a la franquicia como un todo. El recorrido por diferentes medios sostiene una profundidad de experiencia que estimula el consumo. La redundancia destruye el interés de los fans y provoca el fracaso de las franquicias. La oferta de nuevos niveles de conocimiento y experiencia refresca la franquicia y mantiene la fidelidad del consumidor".

P2. Diferencias entre narrativas transmedia y crossmedia.

El Transmedia es un proceso narrativo. Tiene lugar cuando una historia crece por distintos canales y cambia su forma y su contenido según el medio por el que transite. Ejemplo: el universo de La Guerra de las Galaxias a través de películas, series de TV, novelas, cómics, juegos de mesa y de PC, atracciones de parques temáticos, etc. Todas sus ramificaciones argumentales son complementarias, pero independientes entre sí.

Carlos Scolari define la narrativa transmedia como "un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión".

En la narrativa transmedia, las partes argumentales (las historias que transcurren a través de distintas plataformas) son complementarias pero independientes entre sí. Un consumidor, si así lo quiere, puede atender unas e ignorar otras.

En la narrativa crossmedia las partes argumentales (que también discurren a través de distintas plataformas) son dependientes entre sí y el consumidor debe atender todas si quiere captar el sentido general de la obra.

La narrativa transmedia es intencionada y responde a un plan/guión.

Se ayuda del fenómeno multipantalla y/o multicanal.

El público es cómplice de la historia narrada como un espectador especial o co-creando la historia.

P3. ¿Qué es la convergencia mediática?

Dice Henry Jenkins en *Convergence Culture*:

"Bienvenidos a la cultura de la convergencia, donde chocan los nuevos y los viejos medios, donde los medios populares se entrecruzan con los corporativos, donde el poder del productor y el consumidor mediáticos interaccionan de maneras impredecibles. La cultura de la convergencia es el futuro, pero está cobrando forma en nuestros días. Los consumidores serán más poderosos en el seno de la cultura de la convergencia, mas sólo si reconocen y emplean ese poder como consumidores y ciudadanos, como participantes cabales en nuestra cultura".

El público se convierte en consumidor y productor de historias gracias a las nuevas tecnologías. He aquí la base de la moderna cultura popular y el fenómeno fan.