

Realidades Expandidas: Guía Metodológica Para Proyectos Transmedia De No Ficción

Ana Teresa Arciniegas Martínez¹; Norberto Fabián Díaz Duarte^{2*}

¹Doctora en Arte: producción e investigación, Docente Asociado Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá-Colombia

²Doctorando en Comunicación, Magíster en Transmedia, Productor en artes audiovisuales, docente asociado Unidades Tecnológicas de Santander, Bucaramanga-Colombia

RESUMEN: El presente proyecto de investigación planteó el diseño de una guía metodológica para realizar audiovisuales transmedia y multipantalla de no ficción, un documento que oriente sobre el proceso de creación, navegación e interacción de proyectos en ecosistemas mediáticos. La metodología empleada en el proyecto de investigación es de tipo cualitativa a partir de un diseño de investigación- acción. En la fase de observar se realizó una revisión documental en otras guías y documentos académicos, así mismo, se hizo un diagnóstico de la producción transmedia en el país hasta el año 2020. En la fase de pensar, se realizaron entrevistas a profundidad con realizadores de algunos de los proyectos transmedia recopilados y se establecieron dos matrices de análisis cualitativas para determinar las características que debía tener la guía. Finalmente, en la fase de actuar, se procedió con el diseño de la arquitectura transmedia de no ficción. Los resultados obtenidos permitieron construir una guía en la que se consideran aspectos como la narrativa, las audiencias, las experiencias, plataformas, difusión y planeación. Esta guía además contiene una plantilla de diseño mediante la cual las personas pueden diligenciar los diferentes campos acorde con las características de cada proyecto, siendo así un insumo de la propuesta metodológica planteada para la creación de proyectos expandidos.

Palabras Claves: Guía metodológica, narraciones expandidas, transmedia, documental, audiovisual.

Recibido: 15 de octubre de 2022. Aceptado: 14 de junio de 2023

Received: October 15th, 2022. Accepted: June 14th, 2023

Expanded Realities: Methodological Guide For Non-Fiction Transmedia Projects

ABSTRACT: This research project proposed the design of a methodological guide to make non-fiction transmedia and multiscreen audiovisuals, a document that guides the process of creation, navigation and interaction of projects in media ecosystems. The methodology used in the research project is qualitative based on an action-research design. In the observing phase, a documentary review was carried out in other guides and academic documents, likewise, a diagnosis of transmedia production in the country was made until the year 2020. In the thinking phase, in-depth interviews were conducted with filmmakers of the transmedia projects and two qualitative analysis matrices were established to determine the characteristics that the guide should have. Finally, in the acting phase, we proceeded with the design of the non-fiction transmedia architecture. The results obtained allowed the construction of a guide in which aspects such as narrative, audiences, experiences, platforms, dissemination and planning are considered. This guide also contains a design template through which people can fill out the different fields according to the characteristics of each project, thus being an input for the methodological proposal proposed for the creation of expanded projects.

Keywords: Methodological guide, expanded narratives, transmedia, documentary, audiovisual

INTRODUCCIÓN

Colombia es uno de los países en los que más ha crecido la oferta académica de programas de cine o afines, se denota un interés en el país por ofertar programas académicos acordes con la producción audiovisual que abordan diferentes tipos de narrativas de ficción, no ficción, experimentales, televisivas, publicitarias, periodísticas, etc. Las cuales convergen por medio de lenguajes tales como: el multimedia, el crossmedia, el hipermedia y el transmedia, convirtiéndose en narrativas digitales, expandidas y multiplataforma. Se habla entonces de “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 proceso de expansión” (Scolari, 2013, p. 46). Dejando en evidencia nuevas formas de narrar acordes con los cambios que presenta el mundo actual. Al respecto, Bustamante, Aranguren y Riveros (2021) exponen que:

las nociones de realidad, temporalidad y espacialidad, se transforman en paralelo a las aplicaciones y desarrollos tecnológicos, y por tanto, es necesario pensar en su interpretación y conocimiento profundo, no solo desde una noción técnica sino, en esencia, en el reconocimiento y exploración de sus mediaciones, hipermediaciones y tecnomediaciones. (p.42)

Esto, ha evidenciado un interés de los programas académicos hacia las nuevas narrativas, el cual está en crecimiento, se destaca su enfoque en los posgrados donde prima la comunicación digital, pero, a nivel de pregrado la formación profesional carece de profundización en

estos aspectos. En este sentido, el Programa de pregrado en Artes

Audiovisuales de la Universidad Autónoma de Bucaramanga desde que obtuvo el registro calificado otorgado mediante la resolución 1242 de enero 31 - 2014 por el Ministerio de Educación Nacional (MEN), planteó unas líneas de Profundización en el Trabajo de Grado, estas se componen de dos escenarios de estudio: la línea documental y la línea argumental, esta última a su vez tiene dos variables de trabajo que son en técnica de “real life” o de animación. Esto ha permitido que se hayan desarrollado en el programa aproximadamente hasta el año 2019 veinticinco proyectos de documental, diecinueve proyectos de ficción “real life” y doce proyectos de animación. Es importante señalar que los estudiantes han tenido una mayor afinidad en realizar proyectos de no ficción; de los cuales cuatro son de tipo interactivo y transmedia en la línea de documental y uno de tipo interactivo en la línea argumental.

En este contexto, “las narrativas transmediáticas involucran distintas variables en su arquitectura: el diseño de una historia que permita establecer el interés en la continuidad, una precisa clasificación de medios que aporten al relato, una vinculación de los usuarios con personajes, etc.” (Cardona y Quiceno, 2017, p.18)

Dentro de ese marco, surge el proyecto “Diseño e implementación de una guía metodológica para la realización de proyectos de narrativa transmedia y multiplataforma en el Programa de Artes Audiovisuales UNAB”. Como una oportunidad para potenciar el interés por parte de los estudiantes del programa y de otros realizadores o interesados para diseñar experiencias expansivas en torno a la modalidad del cine documental desde una perspectiva interdisciplinaria. Ya que

como lo manifiesta Scolari (2014) “las narrativas transmedia se extienden de un extremo a otro de la ecología mediática, abarcando viejos y nuevos medios. También atraviesan los géneros: hay narrativas transmedia en la ficción, en el periodismo, el documental o la publicidad.”, (p.73)

Más que definir una historia con una estructura (inicio, nudo y desenlace) más o menos compleja, estamos hablando de la creación de una atmósfera, de un universo, alrededor de una historia. El caso es que este universo pide tanta concreción, tantas respuestas a tantas preguntas, que sería absurdo delegar toda la responsabilidad a un único producto pensado para un único medio. Así pues, se lleva a cabo la construcción de un sistema simbólico similar al hipertexto: partimos de un universo que goza de una gran multiplicidad de nodos o puntos de acceso. Cada uno de los nodos, entendidos como aquellos productos independientes que conforman el sistema, funciona de forma autónoma, es decir, el usuario/lector/receptor no necesita conocer el resto de los nodos, ni tampoco del universo en sí, para disfrutar de una parte del mismo. Sin embargo, suele haber un nodo central o "nave nodriza" (Castells, 2013, p. 83).

“Es por ello por lo que pueden aparecer nuevos espacios o personajes y, seguramente, aparezcan nuevos tiempos en la narración; dependerá de la relación que dichas partes guarden con la macro historia” (García Carrizo y Heredero García, 2015, p.276).

Por lo tanto, la guía metodológica para la creación de universos transmedia se hace necesaria para adoptar nuevas formas de diseño y de producción de los contenidos que hacen parte del universo narrativo que se esté construyendo.

Este estudio da continuidad a una investigación previa realizada titulada: “Transmedia en Colombia: análisis de la producción, la circulación y la exhibición de contenidos audiovisuales en plataformas digitales de 2012 a 2018. Posibilidades para la formación de audiencias y la consolidación del mercado de contenidos audiovisuales multiformato” que obtuvo el Estímulo de investigación en cinematografía del Fondo de Desarrollo Cinematográfico FDC 2018. En la investigación se evidenciaron falencias conceptuales y metodológicas dentro de la producción nacional transmedia, debido a que gran parte de los realizadores carece de una orientación en el proceso de diseño y los trabajos realizados hasta ahora se han hecho de forma experimental.

Así mismo, en el año 2020 se obtuvo la Beca para la Publicación de Investigaciones sobre Cine y Audiovisual Colombiano a través de los Nuevos Medios del Ministerio de Cultura de Colombia generando el proyecto Nodos transmedia un universo narrativo construcción. La propuesta storytelling se compone de un documóvil, un dataweb y un podcast. Siendo este un proyecto transmedia que permitió divulgar los resultados obtenidos en la investigación transmedia mencionada previamente.

Estos antecedentes y la labor docente de los investigadores permitieron que surgiera esta investigación como una oportunidad para reflexionar sobre cómo podrían construirse los proyectos expandidos de no ficción, ya que el enfoque del material bibliográfico y de las experiencias de los realizadores se dirigía más hacia una perspectiva del relato ficcionado. Es así, que mediante este estudio se plantea una arquitectura para el diseño de proyectos transmedia de no ficción; vinculando aspectos como: la narrativa, las audiencias, las experiencias, las plataformas, la planeación y la difusión.

Siendo estos, los insumos necesarios para iniciar la expansión de estos proyectos.

METODOLOGÍA

La presente investigación se realiza a partir de un enfoque cualitativo, manejando un diseño de investigación-acción, el trabajo planteado es autoexploratorio, en tanto se ha avanzado poco en formulaciones de contenidos con carácter pedagógico dentro de las artes audiovisuales.

Stringer (1999) plantea que las tres fases esenciales de los diseños de investigación-acción son: observar (construir un bosquejo del problema y recolectar datos), pensar (analizar e interpretar) y actuar (resolver problemáticas e implementar mejoras), las cuales se dan de manera cíclica, una y otra vez, hasta que todo es resuelto, el cambio se logra, o la mejora se introduce satisfactoriamente.

Desde esa perspectiva, en la primera etapa del trabajo se recopiló la información en libros y fuentes como páginas web especializadas en el tema y en documentos de estudio relacionados con metodologías, guías, manuales y textos académicos enfocados en el diseño de narrativas expandidas. Así mismo, se hizo una revisión filmográfica de proyectos transmedia realizados en el país hasta el año 2020 para conocer sus características de desarrollo. Dando respuesta a la fase de observar.

Para llevar a cabo la fase de Pensar, en la segunda etapa a partir de los datos recopilados en las obras en el país, se realizaron entrevistas semiestructuradas con los creadores de algunas de las obras para profundizar en sus aspectos metodológicos. Posteriormente en la

tercera etapa se establecieron dos matrices de análisis, una en la que se establecieron los puntos en común de la revisión documental y otra en la que precisaron los aspectos que permiten que se produzcan estas obras en el país.

Finalmente, en la fase de actuar, se diseñó una arquitectura de proyectos transmedia de no ficción para ser implementada en el desarrollo de estas obras en espacios académicos y no académicos; siendo una herramienta de trabajo que vincula aspectos como: la narrativa, las audiencias, las experiencias, las plataformas, la planeación y la difusión. Siendo estos, los insumos necesarios para iniciar la expansión de estos proyectos.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se presentan los resultados de acuerdo con las fases de la investigación acción planteadas y las actividades que evidencian su ejecución.

Fase observar

Primera etapa: Revisión documental 1. Recolección de datos.

Se realizó un mapeo inicial de las fuentes de información documental para la realización de la presente investigación. El levantamiento de información y recolección de fuentes se hizo sobre publicaciones académicas y otras fuentes en línea enfocadas en metodologías o guías para el diseño de narrativas transmedia. Entre ellas se destacan las que se relacionan a continuación en la tabla 1.

Tabla 1. Guías transmedia referentes

Nombre guía	Autores	Tipos de proyecto a los que se dirige
Narrativas Transmedia Nativas: Ventajas, elementos de la planificación de un proyecto audiovisual transmedia y estudio de caso.	Carmen Costa Sánchez España	Transmedia ficción
Cómo escribir una biblia transmedia. Una plantilla para productores multiplataforma.	Traducción de Eduardo Prádanos Grijalvo A partir del documento original de Gary P Hayes España	Transmedia ficción y no ficción
Contar (las) historias. Manual para experiencias transmedia sociales.	Claudia Ardini, Alfredo Caminos Argentina	Transmedia ficción y no ficción
Guía para la producción y distribución de contenidos transmedia para múltiples plataformas.	Fernando Acuña, Alejandro Caloquerea Chile	Transmedia ficción y no ficción
Narrativas transmedia entre teóricas y prácticas.	Carolina Campalans Denis Renó Vicente Gosciola Colombia	Televisión de no ficción
Guía para la creación de proyectos transmedia en la industria creativa y cultural emergente en Colombia.	Santiago Pérez Pérez Colombia	Creación de transmedia de manera genérica
Plantilla diseño de narrativas transmedia.	Anahí Lovato Argentina	Proyectos transmedia en general
¿Cómo se producen las narrativas transmedia?	Carlos Alberto Scolari España	Todo tipo de proyectos transmedia
¿Cómo crear un proyecto de narrativa transmedia? Análisis, planificación y producción de la experiencia.	Joaquín Gil Royo España	Todo tipo de proyectos transmedia

2. Visualización de los proyectos transmedia y multiplataforma realizados en Colombia.

Se consultó el material en las diferentes plataformas y se establecieron 136 fichas técnicas de obras realizadas en el país desde el 2009 hasta el 2020. La información se analizó teniendo en cuenta las siguientes variables:

Género audiovisual y temática

Se pudo determinar que el 63% de las obras transmedia realizadas en el país pertenecen al género documental, el 15% a ficción, el 6% a animación y el 5% son obras experimentales. La afinidad de las obras de género documental al universo transmedia se puede deber, en alguna medida, a la experimentación y nivel de improvisación constante de las obras que son una interpretación creativa de la realidad.

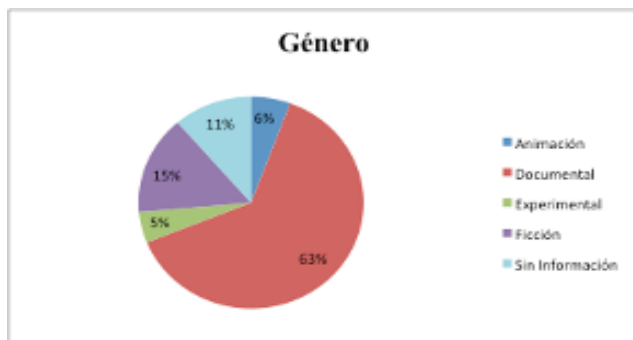


Figura 1. Género audiovisual

Productos expandidos por disciplina

En referencia a los productos expandidos fue preciso clasificarlos por disciplinas dentro del área de conocimiento de las artes así: artes audiovisuales (ficción, documental, animación, experimental), artes visuales (fotografía, instalación, pintura, escultura, dibujo), literatura (cuento, libro, historieta), música (álbum, conciertos), artes vivas (teatro, performance, títeres, narración oral, danza), formación (cursos, simposios,

charlas, seminarios), diseño (e-book), entre otros. Así mismo, se estableció el tipo de interacción y los dispositivos para los que están diseñados (televisión, página web, blog, App dispositivos móviles, realidad virtual, realidad aumentada).



Figura 2. Productos expandidos por disciplina

Si bien, la mayoría de proyectos transmedia apuntan a la realización de un proyecto audiovisual con un 39,7%, la afinidad por productos expandidos se relaciona con las artes visuales 19,2% y en menor medida con el diseño 9,6%. Siendo artes vivas el menor campo disciplinar abordado y esto explicaría en parte porque no hay casi propuestas de productos offline expandidos. Igualmente, los productos diseñados en literatura 6,8% suelen ser también experiencias online bajo el diseño de e-books. No obstante, los productos relacionados con música 5,5% suelen ser conciertos en vivo o álbumes musicales. Se decidió incluir la pedagogía más que como una disciplina, ya que agrupa a los proyectos que han desarrollado estrategias pedagógicas como foros de discusión, seminarios o cartillas.

Tipos de productos expandidos

Las series fotográficas y las series web cada uno con un 13,7% abanderan los productos expandidos de los proyectos transmedia realizados en Colombia. Lo serial se constituye en una característica al pensar en ampliar el universo transmedia. Por un lado, en el caso del serial web o televisivo sus episodios no poseen unidad

argumental en sí mismos, sino que las tramas quedan abiertas para los capítulos siguientes, ampliando la posibilidad de crecer, aún más, la expansión del proyecto. Por otro lado, las series fotográficas suelen ser digitales o expuestas en un espacio. Las series fotográficas como un conjunto de fotografías que poseen la misma temática, no siempre están unidas de forma indisoluble por una idea común estética o técnica. Muchas de las llamadas series fotográficas de los productos transmedia suelen ser el registro fotográfico de la obra audiovisual o el detrás de cámara, pero no fueron concebidas como un proyecto visual independiente y consistente en sí mismo.



Figura 3. Tipos de productos expandidos

En el caso de las instalaciones 5,5% no todas son interactivas o con un grado inmersión por parte del espectador. Las experiencias inmersivas de videojuegos 4,1% sobresalen frente a la de los juegos 1,4%, estos últimos entendidos como juegos no competitivos que se utilizan más como estrategias pedagógicas sobre el contenido temático de la obra transmedia.

Formas de interacción de las obras transmedia

La forma de interacción más empleada es a través de una interacción simple a través de página web 47,2%, los contenidos están dispuestos en una interfaz para que el

usuario navegue según su preferencia, sin que necesariamente haya colaboración o modificación alguna sobre los contenidos alojados en la página web. Igual sucede con las series o contenidos de televisión 25,2% en los que el espectador permanece pasivo ante el contenido. En un menor porcentaje se encuentran las experiencias inmersivas en realidad virtual y realidad aumentada 9.8%.

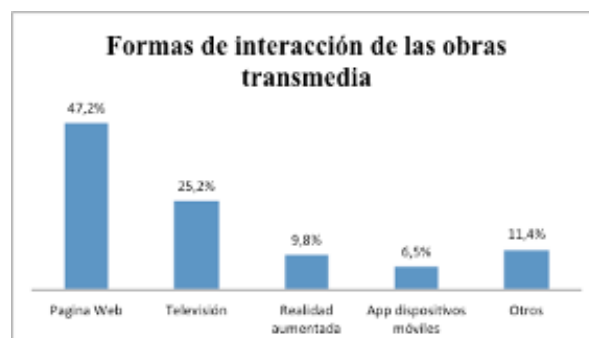


Figura 4. Formas de interacción de las obras transmedia

Circulación nominaciones y premios

En relación a la circulación, se determinó cuantas nominaciones o premios se han obtenido en Festivales nacionales e internacionales. El porcentaje de obras con reconocimientos es considerablemente bajo en relación al número total de obras realizadas. En el caso de premios o nominaciones nacionales solo el 17% de las obras los han obtenido. Mientras que internacionalmente solo el 11% de las obras han recibido algún premio y en su gran mayoría son nominaciones.

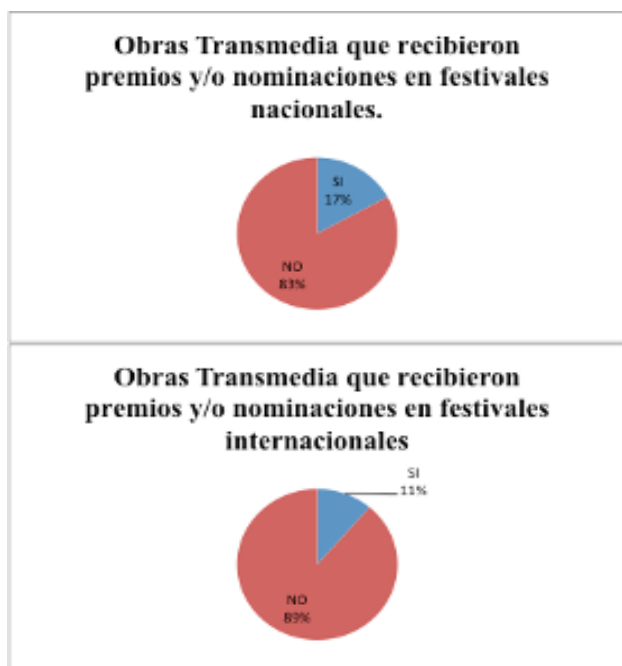


Figura 5. Obras transmedia premiadas en eventos nacionales e internacionales

Fase de pensar

Segunda etapa: Realización de entrevistas semiestructuradas a profundidad.

Se realizaron entrevistas a un grupo de directores y directoras de algunos proyectos transmedia identificados en la primera etapa, para poder definir de primera mano aspectos como influencias, metodologías aplicadas, relación con las plataformas, diseño, formas de financiación, circulación, entre otros aspectos. La selección de los proyectos se hizo sólo con base en aquellos proyectos que han recibido estímulos de financiación. A continuación, se enuncian los principales hallazgos en la discusión con los participantes.

Equipos interdisciplinarios

Los grupos de trabajo se conforman de manera orgánica en función de las necesidades de los proyectos. Los realizadores que han dirigido proyectos transmedia suelen tener curiosidad y ganas

de experimentar con productos distintos al audiovisual tradicional, ese impulso a la experimentación les implica necesariamente aprender de otras áreas, disciplinas afines o cercanas al audiovisual y buscar expertos en ese campo para ampliar sus conocimientos.

La motivación principal de los directores es experimentar y luego dependiendo de los requerimientos para hacer expandido el proyecto a otras plataformas, suelen buscar entre sus amigos o conocidos el profesional o especialista que tenga experticia en el tema. Sin embargo, manifiestan que en Colombia aún suele ser difícil encontrar personas especializadas en realidad virtual, programadores o diseñadores de experiencias inmersivas.

Guion de navegación o interacción

Los proyectos que han recibido estímulos de financiación que conforman este grupo de realizadores, no responden a una lógica de mercado enfocada en el usuario. Los directores no suelen diseñar o concebir los proyectos pensando en las plataformas o los productos expandidos, sus intereses giran en torno a la experimentación, sin tener en cuenta una planeación del ecosistema transmedia. La navegación, interacción y el desarrollo tecnológico se van dando durante el desarrollo del proyecto

Varios de los realizadores han dirigido sus proyectos sin pensar en la experiencia transmedial. Los realizadores no conciben la distribución o los posibles usuarios del proyecto, su interés radica exclusivamente en la experimentación artística y en el tratamiento de la historia.

Los directores no tienen en cuenta el número de visitantes que han tenido sus dominios ni el posicionamiento de su página web. En el caso de los proyectos audiovisuales que se han diseñado y gestado desde las universidades, si se

evidencia un cimiento teórico y una propuesta de vincular a los usuarios a través del pensamiento de diseño, particularmente con fines educativos y culturales. Este grupo de directores realiza previamente a la producción de sus proyectos muestreos, testeos, prototipos, para conocer a sus posibles usuarios y así luego definir los medios.

Audiovisual como eje y exclusión de productos offline

La mayoría de proyectos apuntan a la creación del audiovisual como eje articulador de los productos expandidos. Se pueden vincular otras áreas potenciales como los videojuegos, instalaciones interactivas, realidad virtual, entre otros, para no sobresaturar el mercado sólo con oferta audiovisual. También, se puede contemplar una mayor producción de contenidos análogos.

Tercera etapa: Matrices de análisis

Se establecieron dos matrices de análisis, una en la que se definieron los puntos en común de la revisión documental de las obras transmedia realizadas en el país y otra matriz, en la que se precisaron los aspectos de producción, realización y circulación de estas obras en el país desde la perspectiva de los entrevistados.

Matriz de análisis de proyectos transmedia

Con base a la información de las fichas se diseñó y elaboró una matriz que permitió el análisis y cruce de los datos (la sinopsis, el año de producción, los productos expandidos, el equipo técnico, los premios, los reconocimientos y las opciones de financiación), para lograr una clasificación de los proyectos y analizar el comportamiento de estos desde el primero identificado en 2009 hasta el año 2020. En los proyectos se refleja una relación entre el crecimiento exponencial de realizaciones

y el número de convocatorias ofertadas; dando como resultado 136 proyectos, los cuales habían sido financiados por convocatorias públicas o realizados por instituciones de educación y productoras.

La información de la matriz se puede consultar en el Dataweb del proyecto Nodos Transmedia. www.nodostransmedia.com. La información del grafo no tiene una lectura lineal, su navegación permite realizar filtros por año, género, productos expandidos, nominaciones, premios, temáticas, entre otros. (Díaz & Arciniegas, 2021)

Matriz de entrevistas a profundidad

El grupo de entrevistados estuvo conformado por algunos realizadores de las obras rastreadas durante la primera fase con el propósito de conocer aspectos como influencias del proceso creativo, metodologías aplicadas, relación con las plataformas y los tipos de productos expandidos, características del diseño, formas de financiación, circulación, entre otros temas.

Esta información, se condensa en un documental al que solo se puede acceder a través de dispositivos móviles en www.nodostransmedia.com. En el documental interactivo además convergen una red de personas que han estado en relación con el transmedia en Colombia (realizadores, productores, diseñadores, programadores, académicos, agentes y jurados de las convocatorias), una polifonía de voces que interrelacionan los discursos, los conceptos y las prácticas referentes a la creación, el desarrollo, las audiencias, los mercados, y la circulación de las propuestas transmedia realizadas en el país. (Díaz & Arciniegas, 2021)

Fase actuar

Cuarta etapa: Arquitectura de productos expandidos.

De acuerdo con los resultados de las fases anteriores, se procedió a plantear una arquitectura que permitiera el diseño de narrativas transmedia de no ficción a partir de una guía metodológica teniendo en cuenta los aspectos centrales de las narrativas transmedia planteados por Rodríguez (2016):

1) el proceso de diseño y la producción de la narrativa, que contempla aspectos por un lado narrativos, por otro de producción, por otro de mercadotecnia y potenciación del consumo. 2) El proceso de consumo que contempla aspectos de recepción y participación de los usuarios de distintas maneras y en diferentes grados y que corre a cargo de los consumidores, espectadores, usuarios, fans y jugadores (p.13).

Desde esa perspectiva, luego de visualizar y navegar por el material audiovisual y determinar algunas variables significativas con los realizadores de proyecto transmedia, se establecieron las herramientas conceptuales y metodológicas para la escritura de la guía.

En este sentido, para analizar un sistema transmedia habría que ubicar los dos tipos de intertextualidad: uno, el referido al universo narrativo (es decir, la historia que está contando); y el otro, a los productos que dan cuenta del sistema pero que no afectan la historia. En ese sentido, cuando los productos que están entrando a un

sistema transmedia, están afectando el universo narrativo, los fenómenos que se dan –siguiendo a Jenkins– son de carácter expansivo, es decir, cualquier producto que se haga y que tenga que ver con la historia, nunca la contrae, sólo la expande o la deja tal cual como está. (Montoya, Vásquez y Salinas, 2013, p.147)

Es así como surge, la creación de *Narrativas expandidas, una guía metodológica para el diseño de narrativas transmedia de no ficción* en la cual se definen los componentes que hacen parte de un proceso de diseño, navegación e interacción en proyectos transmedia y multipantalla. A continuación, se expone su contenido:

Narrativa

Al igual que en una obra lineal, el cimiento de una obra expandida está en la potencia de la historia. Establecer unos personajes y un contexto en relación a un tema, será prioritario para armar una estructura narrativa que permita posteriormente expandir el universo. Poner en marcha una investigación que ahonde en el tema escogido y utilizando instrumentos afines a las diferentes disciplinas para abordar el grupo de actores sociales con los que se trabajará.

La narrativa, es entonces “un sistema que integra ciertas unidades, los elementos narrativos: personajes, acciones, tiempo y espacio, en estructuras de distinto tipo orientadas a contar una historia.” (Velandia, 2019, p.17). Asimismo, considerar algunos aspectos técnicos y estéticos resulta crucial para consolidar los proyectos.

Tabla 2. Aspectos relevantes para construir la narrativa

Tema	Asunto o materia que aborda el proyecto.
Mapa mental del universo	Ideas primarias en torno a la historia, personajes, referentes audiovisuales, bibliográficos, técnicos, estéticos.
Árbol de problemas	Respecto al objeto de estudio indicando principales causas y consecuencias.
Estado del arte	En relación al tema, el formato y los productos expandidos.
Bitácora de acceso al contexto	Notas de trabajo de campo.
Sinopsis	Establecer qué, quiénes, dónde, cuándo, cómo, por qué.
Personajes	Contexto del personaje en relación al problema o al tema de estudio.
Espacios	Descripción de los lugares donde ocurre la historia en relación con los personajes.
Estructura narrativa de la historia	Lineal, interactiva, reticular, entre otras.
Medios y plataformas	Mencionar los principales
Guion de expansión	La manera como la historia se va a desplegar por las plataformas o dispositivos
Tratamiento estético, visual y sonoro	Forma de abordar lo técnico, lo estético y lo narrativo en el proyecto. Notas de dirección, fotografía, sonido y montaje.

Audiencias

Las audiencias representan uno de los componentes vitales en el diseño de narrativas transmedia ya que, no se habla específicamente de audiencias en general sino de prosumidores, aquellos que tienen la capacidad para expandir la historia que se esté contando por medio de su participación, difusión, modificación e interpretación. “La irrupción de las TIC han producido un fuerte cambio en la estructura de las audiencias. Ya no tratamos con espectadores, sino con prosumidores, es decir, que ahora los espectadores pueden ser productores + consumidores” (Kirzner, 2014, p.107). Al respecto, Guzmán (2014) propone que la convergencia de medios está directamente relacionada con la transformación del rol actual del espectador, para quien este apelativo ya es limitado en definición, dando paso a los conceptos de usuario y "prosumidor" (productor-consumidor). (p.80).

La palabra prosumidor –en inglés, prosumer-, es un acrónimo que procede de la fusión de dos palabras: “producer” (productor) y “consumer” (consumidor). El concepto fue anticipado por Marshall McLuhan y Barrington Nevitt, quienes en el libro *Take Today* (1972), afirmaron que la tecnología electrónica permitiría al consumidor asumir simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos (Islas, 2008, p.71).

Es importante tener en cuenta que para las narrativas transmedia se deben contemplar varios tipos de audiencias según la plataforma o medio que se esté usando para que la historia se despliegue. Si bien puede ser la misma, se pueden aprovechar los intereses de los usuarios para captar su participación a través de diferentes canales.

Tabla 3. Caracterización de audiencias o usuarios

Tipo de público de acuerdo con los medios y plataformas seleccionados

Tipo de público de acuerdo con los medios y plataformas seleccionados	Grupo generacional al que pertenecen, características demográficas y psicográficas. Se recomienda realizar entrevistas cualitativas semiestructuradas a las posibles audiencias para conocerlas y tener insumos para realizar las dos técnicas siguientes.
Ficha de personas	Con base en las respuestas se establece una caracterización de las posibles personas que conformarán la audiencia teniendo en cuenta su descripción física, gustos, cultura, hobbies, intereses, edad, género y se debe incluir una fotografía de referencia- biografía.
Mapa de empatía	El mapa de empatía se plantea desde la perspectiva de una de estas personas para comprender los pensamientos, expectativas, visiones del mundo que esta persona tiene y cómo el contenido puede ser significativo para él y el grupo de personas que representa. Dando respuesta a lo que dice, lo que hace, lo que piensa, lo que siente, lo que oye y lo que ve.

Plataformas

Si las audiencias eran la base, las plataformas son eje para que la historia se pueda expandir, Romero, (2021) menciona que “la convergencia de medios y la cultura participativa han permitido una nueva manera de habitar las historias, de contar y transmitir” (p.104); no se trata entonces de tener un número establecido de plataformas, algunos autores recomiendan que sean tres, sin embargo, no es un limitante que sean más. Lo que si es necesario es que estas sean las idóneas de acuerdo con el contenido que se desea transmediatizar, es decir, que cada parte de la historia se pueda consumir de manera independiente en alguna plataforma y que sea una decisión de la audiencia el tener una experiencia con todas para ampliar su información en el universo narrativo de la obra.

Tabla 4. Plataformas de expansión

Tipo de plataforma	Móvil, televisión, internet, plataformas offline
Función de la narrativa de la plataforma	dónde, cuándo y cómo se expande la narrativa de acuerdo con las plataformas seleccionadas. ¿para qué sirve cada una?
Adaptación de la plataforma al contexto de la historia	Se define el formato en el cual se va a expandir el contenido mediante la plataforma
Especificaciones técnicas y tecnológicas	Características de los formatos para que puedan producirse y requerimientos de las plataformas para que el contenido pueda difundirse con calidad

Experiencias

La experiencia de la propuesta expandida se relaciona directamente con las plataformas y la interacción y navegación de los usuarios con los contenidos. La creación de los productos expandidos dependerá del tipo de experiencia que se esté buscando y de las necesidades de creación y expansión del proyecto. Trazar posibles rutas de interacción, navegación y articulación entre plataformas permitirán entender cuál es el alcance que se le quiere dar al usuario dentro de la experiencia inmersiva.

Tabla 5. Experiencias de navegación e interacción

Tipo de experiencia a narrativa transmediada	Descripción de la experiencia inmersiva, offline, online, interactiva, participativa, colaborativa.
Experiencia del usuario con la expansión propuesta	Participación, colaboración, intervención o modificación del usuario.
Conexión entre plataformas	Cruces e intersticios entre medios y plataformas.
Mapa de navegación	Ruta que muestre las interacciones y el comportamiento del usuario frente al universo planteado.

Difusión

La naturaleza de los proyectos transmedia radica en la manera en que la historia de despliega y se expande teniendo en cuenta la participación de los usuarios, de los prosumidores y del impacto que el contenido está teniendo en cada uno de las

plataformas. En esta medida, se debe precisar la manera en la que la historia se despliega y las interacciones que puedan surgir en cada uno de las plataformas, así como también los canales comunicativos que permitan que la obra llegue a los usuarios.

Tabla 6. Difusión, exhibición y circulación

Medios de difusión del proyecto	Medios análogos o digitales de difusión.
Puntos de acceso y salida de los medios de difusión en torno a los usuarios y plataformas	La manera cómo el usuario ingresa al contenido, se desplaza por este y se conecta con los demás para completar su experiencia. Relación de los medios con las plataformas en torno a los niveles de participación de las audiencias.
Propuestas de exhibición y circulación	Festivales y espacios de exhibición y circulación en los que puede participar el proyecto.

Planeación

Al igual que una obra audiovisual lineal, en las obras expandidas se requiere una planeación rigurosa que permita desarrollar el proyecto. La conformación de equipos técnicos multidisciplinares en el que prime la experticia de diferentes actores en función de la ejecución del proyecto. Las etapas habituales de pre, pro y post producción, se solapan y se ejecutan en diferentes momentos o paralelamente en ocasiones en un proyecto expandido, de ahí la importancia de trazar un plan de trabajo claro.

Por otro lado, las formas de financiamiento serán importantes para determinar los alcances del proyecto, vislumbrando la forma de financiar cada uno de los productos expandidos en relación a los usuarios potenciales.

El diseño de narrativas transmedia de no ficción requiere de un proceso que usualmente no se contempla, pero que enriquece la manera en la que la obra puede establecer engagement con las audiencias. Este proceso permite evaluar los prototipos una vez se encuentren diseñados para que estos sean testeados y se verifique la función narrativa en el diseño de la experiencia expandida.

Tabla 7. Planeación desarrollo proyectos

Equipo técnico y artístico	Definición de roles u oficios en el proyecto interdisciplinario.
Acuerdo de derechos de autor	Cesión de derechos de imagen de quienes intervienen en el proyecto, del equipo técnico y sobre los productos expandidos desarrollados.
Plan de trabajo	Herramienta que permite establecer actividades, encargados y tiempos de realización en el proyecto y se plasma a través del Diagrama de Gantt.
Plan de financiación	Documento que permite establecer cómo puede ser financiado el proyecto teniendo en cuenta los diferentes productos y las formas de financiación de cada uno de ellos. Así como pensar si alguno de los contenidos va a tener algún tipo de retorno económico dependiendo del espacio de exhibición y audiencias.
Prototipo funcional	Elaboración de un prototipo funcional de cada uno de los contenidos que hacen parte del proyecto expandido que permita su posterior testeo
Test de usabilidad, navegación e interacción.	Pruebas previas para verificar con la audiencia si la navegación es comprensible, si los elementos dispuestos permiten la interacción y si en el proyecto se consigue la experiencia inmersiva diseñada.

CONCLUSIONES

Este estudio permitió la creación de una metodología para el diseño de narrativas transmedia de no ficción, tomando como referencia otras guías y metodologías que se emplean en la ficción y la revisión de obras de esta tipología desarrolladas en Colombia. Fue importante también contar con la participación de los realizadores quienes han estado vinculados en el proceso de creación y sus obras han sido seleccionadas en convocatorias para su financiación; consolidándose como un referente para otros proyectos que inician este proceso creativo.

Con base en la información obtenida en este estudio se pudieron determinar algunas falencias en el diseño de proyectos, una de ellas es que los realizadores no contemplan a las audiencias como parte del proceso, lo transmedial no se aborda desde el inicio del planteamiento narrativo, no se piensa en la experiencia de acuerdo con el tipo de plataforma. Tampoco, se establecen testeos de los contenidos una vez son finalizados, no se proyecta una financiación de acuerdo con el tipo de plataforma y esto también se deriva en la exhibición y circulación.

Estas falencias fueron tenidas en cuenta en la guía creando un modelo que permitiera la creación de narrativas transmedia de no ficción, contemplando los diferentes escenarios que se deben tener en cuenta enfocados en la narrativa, las audiencias, las plataformas, las experiencias, la difusión y la planeación. La guía, además, contiene una plantilla de diseño mediante la cual los interesados pueden diligenciar los campos, acorde con las características de cada proyecto, siendo así un insumo de la propuesta metodológica planteada para la creación de proyectos expandidos.

Se espera que la guía pueda ser usada en ejercicios piloto dentro de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, así como en otras instituciones o productoras que quieran vincular el método y compartir los resultados del proceso con la comunidad de creadores de narrativas de no ficción expandidas. Las conclusiones deben incluir:

REFERENCIAS

- Bustamante, B., Díaz, F. A., & Solórzano, H. J. R. (2021). Estrategias de producción y recepción transmedia en televisión en Colombia en años recientes. *Correspondencias & análisis*, (14), 29-50.
- Cardona, E. A. S., & Quiceno, C. S. (2017). Transmedia para la formación de competencias narrativas. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review/Revista Internacional de Cultura Visual*, 4(1), 17-24.
- Castells, A. G. (2013). El documental interactivo: estado de desarrollo actual. *Obra digital: revista de comunicación*, (4), 29-55
- Díaz, N. F. D., & Arciniegas, A. T. M. (2021). NODOS: una propuesta de investigación para divulgar los proyectos transmedia y multiplataforma realizados en Colombia entre 2009 y 2020. *Artnodes*, (28).
- García Carrizo, J., & Heredero Díaz, O. (2015). Propuesta de modelo genérico de análisis de la estructura de las narrativas transmedia. *Icono 14*, 13(12), 260-285.
- Guzmán, S. N. B. (2014). Relación entre la convergencia de medios y la experiencia de usuario. Dos iniciativas creativas en Colombia. *Revista de investigación, desarrollo e innovación*, 4(2), 79-86.
- Islas, O. (2014). La sociedad de la ubicuidad, los prosumidores y un modelo de comunicación para comprender la complejidad de las comunicaciones digitales. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 7, 68-77.
- Kirzner, D. (2014). Contenidos y nuevos hábitos de consumo en medios. En F. Irigaray, & A. Lovato, *Hacia una comunicación transmedia* (págs. 106–111). UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.
- Montoya, D. F., Vásquez Arias, M., & Salinas Arboleda, H. (2013). Sistemas intertextuales transmedia: exploraciones conceptuales y aproximaciones investigativas. *Co-herencia*, 10(18), 137-159.
- Rodríguez, N. L. (2016). Diseño de narrativas transmedia para la transalfabetización. (tesis doctoral). Universitat Pompeu Fabra. Barcelona.
- Romero, K. L. R. (2021). Narrativas transmedia. *INMÓVIL*, 9(2), 15-15.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Scolari, C. (2014). *Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era*

digital. Anuario AC/E de cultura digital, 71-81.

Stringer, E. T (1999). *Action Research*. (2nd ed). Thousand Oaks. CA: Sage

Velandia, E. K. M. (2019). Narrativas transmedia, infancia y cultura digital. *Infancias imágenes*, 18(1), xv-xx.