

Tema 1

Introducción. *Transmedia storytelling*, mucho más que una historia en distintos medios.

STORYTELLING Y TRANSMEDIA EN E-LEARNING



Proyecto
OpenCourseWare-
UNIA
(ocw.unia.es)



Nieves Rosendo
nrs@ugr.es



ÍNDICE

Introducción

Objetivos

Contenidos

Introducción. Series de televisión españolas y *transmedia storytelling*

1. El concepto de *transmedia storytelling*

Origen del término. El teórico Henry Jenkins

Definición de *transmedia storytelling*

2. La cultura de la convergencia. Los nuevos y viejos medios: cultura participativa e inteligencia colectiva

3. La aplicación del *transmedia storytelling* en otros ámbitos. Robert Pratten, experiencia y participación

4. No es *transmedia storytelling*

Ideas clave

Referencias Bibliográficas



INTRODUCCIÓN

Transmedia storytelling es el **proceso de relatar una única historia a través de múltiples formatos, canales y plataformas de medios**. Más allá de adaptar una historia o mensaje de un medio a otro —de un libro a un videojuego, de un cómic a una serie de televisión— se trata de una estrategia planificada en la que de forma coordinada se reparten distintos elementos de una historia a través de distintos medios, plataformas y formatos. Pensemos, por ejemplo, en las últimas apuestas de la ficción televisiva española, como *El Ministerio del Tiempo* (TVE) (con el uso de redes sociales, podcasts, vídeos de youtube, cómics...) o *La Peste* (Movistar+). **Pero también en su uso como forma educativa**, como el documental transmedia *Las Sin Sombrero* (Serrana Torres, Tania Balló 2015) (documental interactivo, documental lineal, exposiciones, charlas, materiales didácticos, libros...), entre otros ejemplos que veremos a lo largo del curso.

Y es que se observa claramente que, desde que en 2003 Henry Jenkins acuñase el término, **la aplicación del *transmedia storytelling* en distintos contextos más allá de la ficción continúa creciendo**: con el acento en el relato, la participación y la experiencia, este nuevo modo de relatar historias se emplea en los ámbitos de la ficción o la expresión artística, el periodismo, el activismo social o la educación, así como en el *marketing* y la publicidad.

La novedad de este curso es **conectar los principios del e-learning** con los del *transmedia storytelling* para su aplicación en el aula virtual y conocer las posibilidades que ofrece el *transmedia storytelling* como **estrategia didáctica**.



OBJETIVOS

- Comprender el concepto de narrativa transmedial o *transmedia storytelling*
- Reconocer el contexto actual de nuevos y viejos medios, digitales y no digitales
- Reconocer los nuevos comportamientos de las audiencias en este contexto de la cultura de la convergencia
- Familiarizarse con el transmedia storytelling a través de los ejemplos propuestos
- Aprender que el *transmedia storytelling* es un proceso de diseño que busca aumentar la experiencia a través de la colaboración y la participación del usuario
- Valorar sus posibilidades y potencial didáctico

CONTENIDOS

1. Introducción. Series de televisión españolas y *transmedia storytelling*

El Ministerio del Tiempo es una serie de aventuras, ciencia ficción e historia emitida por primera vez en febrero de 2015 en Televisión Española. Creada por Pablo y Javier Olivares, esta serie de tres temporadas actualmente se encuentra también en Netflix. El Ministerio es una institución secreta del Estado que custodia las puertas del tiempo que dan paso a momentos decisivos de nuestra historia. Las *patrullas* del Ministerio cuidan que no se altere el pasado a manos de diversos intrusos.



Desde el principio, se introdujo una **narrativa transmedial en la serie**. Si durante la primera temporada se concentraron los esfuerzos en crear una **fuerte base de fans**, que se autodenominaron *ministéricos*, con una estrategia que incluía **redes sociales** y cursos y programas alojados en la web de la cadena, es en la segunda temporada cuando la narrativa transmedial alcanza su potencial.

Uno de los personajes principales, Julián Martínez, que se ausentaba de las aventuras en la pequeña pantalla durante casi la mitad de la segunda temporada, aparecía sin embargo en un un diario en forma de **podcast**, *Tiempo de valientes*, donde relataba sus vivencias en la guerra de la independencia de Cuba hasta su retorno al final de la temporada. Otro personaje, Angustias, tenía su propio **videoblog** donde se contaban detalles personales de otros personajes de la serie, así como de las misiones en las que participaban. Son muy numerosas las piezas de narrativa transmedial de la serie, entre las que destacan la **experiencia virtual Salva**

el tiempo, o los dos **cómics** que siguen ampliando y manteniendo el universo de *El Ministerio del Tiempo*.



Hemos visto un ejemplo paradigmático de serie española con narrativa transmedia, aunque actualmente existen otras también interesantes, como *La Zona* o *La Peste*, ambas de Movistar +, por citar dos ejemplos recientes entre varios.

Pero, ¿qué entendemos por *narrativa transmedial*? Para enfrentarnos a este concepto, lo mejor es remontarnos al origen del término **transmedia storytelling**, que en nuestra lengua puede ser traducido por narrativas transmedia, con un anglicismo más popular, o narrativas transmediales o transmediáticas, según distintos autores.

sabías que...

Las series españolas cada vez emplean más las narrativas transmediales para ampliar sus universos. Os ajunto enlaces a vídeos resumen o webs donde podéis ver su estructura mediática. Entre los casos más recientes:

Gigantes (Movistar+): https://www.youtube.com/watch?v=IP5rD_Z-5s

La Peste (Movistar +): https://www.youtube.com/watch?v=Zebj_xNu7ol



Para encontrar los materiales relativos al Ministerio del Tiempo, lo mejor es visitar su página: <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/la-serie/>

en resumen

La popularidad de las series de televisión ha ido en aumento en los últimos años. En nuestro país, no son pocos los ejemplos, en que se emplean medios más allá de los capítulos televisivos, como podcasts o videoblogs, para ampliar su narrativa: para que los fans, a los que se les presta una especial atención, puedan saber más sobre el universo de la serie o sus personajes favoritos. Como veremos, esto forma parte de un diseño de narrativa transmedia, que busca ampliar la experiencia de sus espectadores.

referencias externas

Para saber más de El Ministerio del Tiempo:

Dentro del Ministerio del Tiempo (2015) Concepción Cascajosa (editora). Editorial Léeme, Alcalá de Henares.



1. El concepto de transmedia storytelling

Origen del término. El teórico Henry Jenkins

Fue **Henry Jenkins**, profesor de Medios en la MIT de Boston, aunque luego marchó a la University of Southern California, **quien acuñó por primera vez el término**, en 2003. Tras reunirse con diversos profesionales de las industrias de entretenimiento, **percibió que se estaba produciendo un cambio** en el que el relato y la participación de la audiencia iban a articular las producciones de ficción.

MIT Technology Review

Log in / Create an account Search

Topics+ The Download Magazine Events More+

Subscribe

MIT Technology Review Global Panel JOIN NOW

3

Rewriting Life

Transmedia Storytelling

Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling.

by Henry Jenkins January 15, 2003

Several years ago, I asked a leading producer of animated features how much creative control his team exerted over the games, toys,

Todo ello encuadrado en su **teoría de la convergencia de medios**, donde **los nuevos medios y los viejos coexisten**, y las posibilidades que los primeros brindaban convertían el flujo de contenidos entre los distintos canales de medios como algo inevitable.

Pero este cambio no es sólo tecnológico, sino **cultural**. Los futuros consumidores de estos productos ya habían experimentado esta **movilidad entre medios** con ficciones como, por ejemplo, los Pokémon, e iban a demandar lo mismo conforme crecieran. Los jóvenes consumidores habituados a encontrar a sus personajes en **videojuegos, televisión, películas y libros, se habían convertido en cazadores y recolectores de información**, que buscaban giros argumentales y realizaban **conexiones** entre distintos textos de una misma franquicia. Es lo que en cierta forma había adelantado ya en 1991 la investigadora Marsha Kinder al denominar *intertextualidad transmedia* este flujo de contenidos.



En una primera definición, en una narrativa transmedia **cada medio se convierte en la entrada** a la franquicia, y **cada medio cuenta una parte del relato** de una forma autocontenida, para que el consumidor no tenga, por ejemplo, que jugar al videojuego para entender la película y al revés. La ficción se desarrolla a través de series de televisión, películas, novelas y cómics.



definición

En la forma ideal del *transmedia storytelling*, cada medio hace lo que sabe hacer mejor, así un relato se presenta en una película, se expande a través de la televisión, novelas y cómics, y su mundo puede ser explorado y experimentado a través de un videojuego. Cada entrada a la franquicia necesita ser autocontenida lo suficiente para permitir un consumo autónomo. Esto es, no es necesario haber visto la película para disfrutar del videojuego y viceversa.

(Henry Jenkins, 2003: "Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to videogames can make them stronger and more compelling". MIT Technology Review)

Jenkins apuntaba que la experiencia de lectura de estas narrativas a través de distintos medios generaba una **experiencia motivadora que propiciaba la búsqueda de más información**. Para ello, se debía evitar la redundancia (repetir el relato en distintos medios, no distribuirlo) y evitar asimismo las contradicciones. Una buena historia, concluía, podía adoptar distintas formas, desde un relato de una tribu expresado a través de un tejido, como las narraciones orales de las sagas.

Tres años después profundizó en este concepto en su libro *Cultura de la convergencia*, así como en el concepto cultura participativa, un aspecto principal en su teoría, que ha ido ampliando y redefiniendo con los años en múltiples publicaciones y artículos, así como en su propio blog, *Confessions of an Aca-Fan* (<http://henryjenkins.org>).

Definición de transmedia storytelling

La definición de *transmedia storytelling* de Jenkins puntualiza que se trata de un **proceso**, no un producto o un fin, donde los **elementos de una ficción son dispersados**, de acuerdo a un sistema, a través de distintos medios. En el diseño del *transmedia storytelling* la experiencia de recorrer dichos medios debe ser coordinada y preservar la coherencia del relato.

definición

La narrativa transmedia representa un proceso donde los elementos que integran una ficción se dispersan de forma sistemática a través de múltiples canales de distribución con el fin de crear una experiencia de entretenimiento coordinada y unificada.

Idealmente, cada medio hace que su contribución sea única en el desarrollo de la historia.

Henry Jenkins, "The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling", Confessions of an Aca-fan [página personal en <http://henryjenkins.org/>] (2009)

ej ejemplo

1999 Película *The Matrix*
2003 Película *The Matrix Reloaded*
2003 Videojuego *Enter The Matrix*
2003 Serie cortos animación *Animatrix*
2003 Película *Matrix Revolutions*
2005 Videojuego (MMORPG) *The Matrix Online*
2005 Videojuego *The Matrix: Path of Neo*
2007 *The Matrix Comics*



Entre otros, Jenkins propone como ejemplo paradigmático *The Matrix*, donde los entonces hermanos Wachowski crearon una narrativa que abarcaba las películas, como puntos de entrada en la franquicia, videojuegos y cómics. Si bien los fans de *Matrix* podían ver las tres películas sin conocer los videojuegos o los cómics, en ellas se hallaban detalles que sólo los jugadores podían reconocer e interpretar. En este caso, como señala Jenkins, los materiales son tan numerosos, y la historia tan rica, que un solo individuo no puede tener una visión completa del mundo narrativo, por lo que se apoya en otros fans, compartiendo y analizando la información.



2. La cultura de la convergencia. Los nuevos y viejos medios, cultura participativa e inteligencia colectiva

El concepto de *transmedia storytelling* de Henry Jenkins sólo puede entenderse a través de su **teoría de cultura de la convergencia**. En un escenario, a principios de este siglo, donde la tecnología permite que los contenidos fluyan de un medio a otro con gran rapidez, y del mismo modo lo hacen sus audiencias, cazadores y recolectores de información que al mismo tiempo se apropian de ella y la comparten entre sí.

Con convergencia me refiero al 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.[...]

*El consumo se ha convertido en un **proceso colectivo** [...] La convergencia representa un cambio cultural, ya que anima a los consumidores a buscar nueva información y a establecer conexiones entre contenidos mediáticos dispersos. (Henry Jenkins, *Cultura de la Convergencia*, 2006)*



referencias externas

Sobre la Cultura de la Convergencia, podéis ver este vídeo de Henry Jenkins. Recordad que fue grabado más de una década atrás.

<https://www.youtube.com/watch?v=kzcZYxFnUjc>

En el vídeo que acabamos de ver, Jenkins habla de cultura de la convergencia, la **cultura participativa** y la **inteligencia colectiva**. Este último término lo toma del filósofo tunecino Pierre Lévy, y su obra *La inteligencia colectiva, por una antropología del ciberespacio*.

Hemos hecho este repaso para entender cómo el concepto de *transmedia storytelling*, o narrativa transmedial, **nace en un contexto muy determinado**: la concentración de industrias de medios de entretenimiento de principios de siglo, donde una misma corporación puede controlar distintos medios.



referencias externas

Para refrescar y resumir la definición de Jenkins y su contexto, os recomiendo este breve vídeo de Carlos Alberto Scolari, investigador de referencia en nuestro país sobre *transmedia storytelling*: <https://www.youtube.com/watch?v=5O2Atq2PqZw>



3. La aplicación del transmedia storytelling en otros ámbitos. Robert Pratten, experiencia y participación

¿Hay vida más allá de Hollywood? Sí. El concepto tuvo mucha repercusión no sólo en el ámbito académico y profesional, y pronto distintos productores trabajaron con él a una escala distinta.

Robert Pratten es el fundador de una compañía con base en el Reino Unido, *Transmedia Storyteller*, que ha desarrollado su propio *software* para la **gestión de narrativas transmedia** creadas no sólo para el entretenimiento, sino también para distintos ámbitos, como **la educación o la formación empresarial**, e incluso el **periodismo o el entrenamiento militar** (<http://tstoryteller.com>).

Pratten publicó un libro donde más allá de teorizar sobre el fenómeno, ofrecía una guía sobre como crear narrativas transmediales, y su propia visión de las mismas. Su concepto es especialmente apropiado para lo que nosotros vamos a trabajar en este curso: **contar una historia a través de distintos medios con un diseño que propicie la participación**, con lo que lograremos una experiencia más intensa en nuestra audiencia que si simplemente les ofreciéramos la información fragmentada.

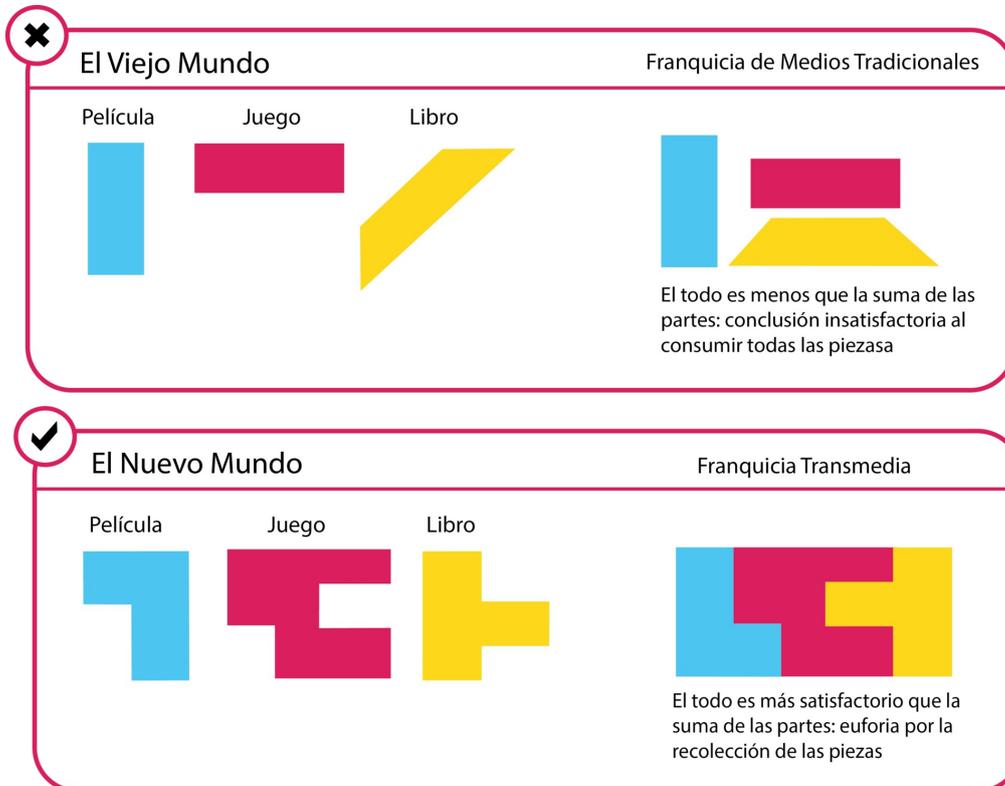


definición

Transmedia storytelling es contar una historia a través de múltiples medios y, preferiblemente, aunque no siempre sucede, con un grado de participación de la audiencia, interacción o colaboración.

Para lograr esto, la materialización del relato en cada medio necesita ser satisfactoria por sí misma, mientras que el disfrute de la misma en todos los medios debería ser mayor que la suma de cada una de sus partes.

(Robert Pratten, *Getting Started with Transmedia Storytelling*, 2011)



Autoría: Robert Pratten @robpratten
Traducción: Belén Santa-Olalla @belen_santa

Esta visualización se ha convertido ya en la imagen más compartida de la diferencia entre lo que Pratten llama *el viejo mundo*, donde una franquicia tradicional replicaba una ficción en varios medios y *el nuevo mundo*, donde la **experiencia** total es más **satisfactoria**: la audiencia recoge unas piezas que encajan y que ofrece una visión más completa y coherente.



En el diseño de una narrativa transmedial el diseño de cómo van a participar las personas a las que va dirigida es fundamental.

Las narrativas transmediales buscan la motivación de sus audiencias incitándolas a buscar más información, y las recompensan ofreciéndoles un todo coherente donde cada pieza encuentra su lugar.

4. No es *transmedia storytelling*

Cuando vemos que se utilizan nombres, logotipos, referencias textuales o imágenes para promocionar un producto, ¿forma parte de una narrativa transmedial? No. Como hemos visto en las contribuciones anteriores, **cada una de las piezas de la narrativa debe aportar algo a la historia**. Geoffrey Long lo expresaba así:

"Una caja de cereales de *Star Wars* no es un ejemplo de *transmedia storytelling* a no ser que de alguna manera haga una contribución perceptible y valiosa a la historia que se cuenta en *Star Wars*, pero es un ejemplo de *transmedia branding*" (Geoffrey Long 2007: 32)



Transmedia "a través de" es un adjetivo. En este curso estamos viendo la importancia no sólo de utilizar distintos medios a la hora de elaborar y entregar nuestro mensaje, sino que también nos apoyamos en la importancia de la narrativa.

Por otro lado, y como hemos visto con Robert Pratten, el uso de narrativas transmediales puede aplicarse a **otros campos más allá de la ficción de grandes producciones de Hollywood** o la ficción televisiva. A continuación os propongo dos ejemplos:



ej ejemplo

Como un aperitivo de las posibilidades del uso de una narrativa transmedial fuera de la ficción, el proyecto *Las Sinsombrero* cuyo objetivo es recuperar la memoria de las mujeres intelectuales españolas de la primera mitad del siglo XX. Se compone de un documental televisivo, un webdoc, un libro, exposiciones, un wikiproyecto, un proyecto educativo y una estrategia en redes sociales. La web: <https://www.lasinsombrero.com>

Os adjunto el teaser de *El Proceso, de Kafka*, una narrativa transmedia que parte de una obra teatral, adaptación de la novela, en la que colaboré elaborando contenidos y diseñando y coordinando la narrativa transmedia: <https://vimeo.com/209628730>



importante

Una narrativa transmedial

- Es un proceso sistemático —> diseño y producción
 - Se articula por una narrativa o relato
 - Se diseña pensando en la experiencia —>colaboración y participación del usuario
 - Emplea distintos medios: viejos y nuevos, online y offline
 - Es donde cada medio encarna o materializa su parte del relato de una forma satisfactoria
-



IDEAS CLAVE

Llegados hasta aquí, lo más importante para nosotros es entender que una narrativa transmedial, en un sentido estricto, es un **proceso** en el que la narrativa se dispersa entre distintos medios siguiendo un **diseño** sistemático, que tiene en cuenta también cómo y de qué manera van a **participar**, diseñando esta **experiencia** y los mecanismos que van a motivarla.

En el diseño de esta narrativa transmedial **podemos emplear medios digitales y no digitales, on line y off line**: *performances*, exhibiciones, estrenos teatralizados, libros, cómics, posters, parques de atracciones, *scape rooms*, juegos de tablero y cartas, rutas por escenarios reales, aplicaciones que conecten ambos mundos con geolocalización, webs, redes sociales, videojuegos, *webseries*, podcasts, *wikias*, repositorios, líneas de tiempo, el campus virtual, ect. Por supuesto, teniendo en cuenta que cada medio permitirá reflejar el universo narrativo de una forma u otra, puesto que no son simples contenedores que no aporten a su vez a lo que se cuenta. Recordando a Marshall MacLuhan, *el medio es el mensaje*.

Las narrativas transmediales pueden utilizarse en distintos ámbitos fuera de la ficción, como hemos visto con el proyecto *Las Sinsombrero*: su **potencial educativo** reside en que motivan a los alumnos a la búsqueda de más información, a elaborar estrategias de colaboración y participación, y dicha implicación genera una respuesta **motivadora** didáctica.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Jenkins, Henry (2003): "Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling, MIT Technology Review": <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling>

- (2006): *Convergence Culture. La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós 2008.

-(2009) "The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling". En *Confessions of an Aca-Fan (The Official Weblog of Henry Jenkins)*, diciembre 12: http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html

Lévy, Pierre (1997): *L'intelligence collective: pour une anthropologie du cyberspace*. Paris, Ed. La Découverte

Long, Geoffrey A. (2007): *Transmedia storytelling: Business, aesthetics and production at the Jim Henson Company*. Tesis doctoral inédita, Massachusetts Institute of Technology: <https://cmsw.mit.edu/transmedia-storytelling-jim-henson-company/>

Pratten, Robert (2015): *Getting Started in Transmedia Storytelling. A practical Guide for Beginners*. 2ª ed., Londres, Amazon (1ª ed. 2011, Transmedia Storyteller)

Sánchez-Mesa Martínez, Domingo (Ed.) (2019): *Narrativas transmediales. La metamorfosis del relato en los nuevos medios digitales*. Barcelona, Gedisa.

Scolari, Carlos Alberto (2013): *Narrativas transmediales. Cuando todos los medios cuentan*. Bilbao, Deusto.