



VII. Nuevas tendencias: Fake news, datificación...

Atalaya bogotana: Una introducción a las narrativas transmedia de no ficción

Atalaya bogotana: An introduction to transmedia nonfiction narratives

Sergio Alvarado-Vivas

Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia
salvarado@uniminuto.edu

Resumen

La experiencia que aquí se recoge se denomina Atalaya bogotana, una narrativa de no ficción con tintes transmedia la cual es un trabajo colectivo de estudiantes de Comunicación Social – Periodismo que, como parte de su proceso de formación, construyeron un conjunto de relatos ciudadanos que invitan a la reflexión del espacio público como un escenario más allá del mero tránsito, para más bien explorar la potencia y la riqueza de los relatos que deambulan en la ciudad. Se trata de un ejercicio de reconocer a los otros y de conectar con la historia que porta.

Abstract

The experience gathered here is called Atalaya bogotana, a non-fiction narrative with transmedia dyes which is a collective work of students of Social Communication and Journalism. As part of their training process, they built a set of city stories that encourage reflection on public space as a scenario beyond simple transit, to explore the power and richness of the stories that roam the city. It is an exercise in recognizing others and connecting with the history they carry.

Palabras clave / Keywords

Narrativas transmedia; comunicación digital; comunicación social; espacio público.
Transmedia storytelling; digital communication; social communication; public space.

1. Introducción

Las narrativas transmedia viven ahora mismo uno de sus puntos más altos en términos de consumo y producción en diferentes frentes: medios masivos, organizaciones no gubernamentales, colectivos culturales, personas naturales, son apenas algunos de los actores implicados que están generando constantemente todo tipo de relatos de ficción y no ficción con características multiplataforma.

Esto se debe en buena parte al fenómeno denominado por Jenkins (2007) como cultura de la convergencia, el cual se refiere a los profundos cambios culturales vividos en las últimas décadas, donde el espectador ante un contenido ya no solamente consume de manera pasiva, sino que además es capaz de establecer conexiones ante un cada vez más complejo ecosistema mediático, en donde incluso puede constituirse en creador de contenidos de una manera más libre y con recursos cada vez más al alcance de las ciudadanías, aunque siempre con los puntos suspensivos que generan aún las brechas digitales en varias geografías. Dicho panorama ha incentivado la presencia cada vez más nutrida de contenidos curriculares en programas de Comunicación Social y Periodismo, esto con el fin de preparar técnicamente, pero también narrativamente, a los profesionales que se van a desempeñar en una ecología de medios dinámica, que se bifurca constantemente y que abre las posibilidades con mayor certeza a voces e ideas cada vez más diversas. Es así como surge Atalaya bogotana, una experiencia de aula transmedia que se inserta como parte del proceso de formación de comunicadores sociales y periodistas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios (Bogotá, Colombia).

2. Los cimientos de la experiencia

Para llegar a la construcción colectiva de la Atalaya bogotana fue necesario en primera instancia una fundamentación básica frente a las narrativas transmedia. Esto implicó en primera instancia una aproximación a la exploración de las diversas maneras de narrar historias, en ese sentido se exploraron los planteamientos de Robert McKee (2011) y su triángulo narrativo, el cual permite entrever los matices entre las arquetipos clásicas de protagonistas activas y con tintes heroicos frente a otros estilos como las minitramas, donde reina el minimalismo, y el arte de contar historias sencillas, llenas de casualidades y de complejidades propias de personajes que se antojan más cercanos. De igual manera, se exploran las antitramas, entendiéndolas como historias que se salen de los cánones de lo lógico, de lo racional y que muchas veces transitan en el juego sensorial, de lo absurdo y exagerado para reflexionar distintos aspectos o valores tras una narrativa.

Asimismo, se exploraron aspectos relacionados con las características que en general suelen tener las producciones transmedia. Aquí se partió de la base de Carlos Scolari (2013) y las premisas de Marsha Kinder (1991), concibiendo este tipo de narrativas como aquellas dotadas no solamente de una repartición de una historia en múltiples plataformas, sino también de la necesidad de concebir y considerar de una manera juiciosa todas las variables que determinan un buen relato: una estructuración clara de qué parte de la historia se quiere

abordar (la necesidad de elipsis), las geografías de relevancia (no solamente las tangibles) en las que se desarrolla la historia, la construcción de personajes y sus relacionamientos que permiten una construcción verosímil del mundo narrativo. Todo esto sumado a eventuales escenarios o experiencias de participación de quienes consumen los contenidos, para generar así circuitos de diálogo que no solamente recaen en los productores de los contenidos.

3. La búsqueda de relatos

Teniendo como punto de referencia una experiencia llamada Atlas del Centro de Bogotá, creada por el Colectivo Taller Circular (2019), la cual explora a través de relatos cortos e ilustraciones las cargas que los ciudadanos portan en su cotidianidad y cómo estas se conectan con el casco histórico de la ciudad, los cerca de ochenta estudiantes de Comunicación Social–Periodismo comenzaron en principio con una búsqueda individual o grupal (según su preferencia) de posibles relatos a ser considerados. En el caso de Atalaya bogotana las historias que debían buscar los participantes planteaban una apertura a historias de todo tipo, la única condición era que se tratase de ciudadanos que habitaran el espacio público capitalino para así rastrear su relato y sus memorias a la luz de los lazos que esta tenía con las geografías bogotanas.

En un segundo momento, debían sostener conversaciones abiertas con sus personajes, para así explorar qué aspecto de la historia de vida era el más idóneo para convertirse en el núcleo de la narración. Así pues, ellos debían establecer una historia de fondo, es decir, una serie de valores o atributos (resiliencia, creatividad, humildad, etc.) que querían exaltar a partir del personaje. Esto con el fin de tener claro qué posibles emociones y conexiones podrían establecer con los lectores/exploradores de la Atalaya bogotana.

Como tercer momento, debían construir el relato estableciendo con claridad cómo distribuir la historia en las plataformas a emplear. Esto les implicó reflexionar las virtudes y limitaciones de cada medio a la luz de las intenciones narrativas para luego sí realizar la producción de cada una de las piezas. Esta construcción siempre teniendo en cuenta la importancia del espacio público y su configuración con el personaje, con sus memorias, sentires y situaciones.

4. Las facetas de las historias de la Atalaya

Como resultado del proceso colectivo, se crearon diecinueve relatos. Todos ellos fueron geo-referenciados en un mapa personalizado creado en Google Maps, donde podemos ubicar los puntos claves del espacio público que se relacionan con cada una de las historias. De igual forma, cada historia se compone de un texto corto que ronda las 300 palabras, una fotografía relacionada con el protagonista de la historia, un audio donde tenemos la oportunidad de escuchar la voz del personaje, otro sonido que recoge la sonoridad de espacios públicos relacionados con la historia y una imagen de una cartografía realizada por el personaje. Este conjunto de piezas invita al lector (según sus intereses) a explorar y remitirse de un medio a otro para ir conociendo pequeñas piezas narrativas que componen un minimalista relato, no se trata de extensas historias, sino más bien de momentos destacados que los protagonistas

han querido enfatizar como momentos claves de sus vidas. La casi veintena de historias se subdividieron en 5 categorías:

- Itinerancias: No hay lugar fijo prolongado, el espacio público muta constantemente al igual que estos personajes que como errantes deambulan por la ciudad.
- Incertidumbres: Son presos de las casualidades, todo puede pasar. Son historias que son percutidas por lo que muchos llaman el destino.
- Luchas: Las circunstancias de vida obligan a estos personajes al rebusque, al darle sentido a la expresión popular «salir adelante».
- Superaciones: las dificultades que llevan a tocar fondo implican también cuando menos intentar salir de allí, salir de lo profundo, encontrar nuevos sentidos para vivir.
- Pasiones: Cuando se encuentra una vocación la vida parece cobrar mayor sentido, las pasiones son deseos, pero también voluntades de imprimir en actos algo que nos define y quisiéramos que perdure más allá de nuestra condición orgánica y finita.

Todo lo descrito anteriormente se condensó en una especie de librito digital¹ e impreso donde se recorren libremente los diversos contrapuntos de las historias recogidos en la Atalaya bogotana, publicación que, en su contratapa invita a los lectores a través de un QR a retroalimentar la experiencia, en un tablero completamente abierto para dejar impresiones, mensajes o incluso bocetos de otras historias que también hacen parte de la polifonía narrativa de la ciudad.

5. A modo de conclusión

Tras la primera experiencia de Atalaya bogotana, resulta interesante evaluar en primera instancia las múltiples dificultades que representaron para muchos de los participantes romper con las estructuras lineales y tradicionales de narrar. Pese a que ellos son lo que se denomina popularmente como nativos digitales, existen muchos retos aún para que los profesionales en comunicación enriquezcan aún más las maneras de construir narrativas transmedia. El instrumento y la fascinación por las técnicas parecen estar obstaculizando la reflexión y la importancia de estructurar una historia que se entienda pero que también conecte o traslade al usuario/espectador a un diálogo casi directo con los protagonistas de la historia.

No obstante, vale la pena resaltar que pese a las dificultades sobrevenidas, tal como señalan Atarama-Rojas y Menacho-Girón (2018), la riqueza de lo transmedia siempre estará enriquecido en función de la variedad de medios empleados, todo esto debido a que cada parte del relato es una potencial puerta de entrada para nuevos usuarios o audiencias, lo que deja implícita la capacidad y libertad de quien se encuentre con los contenidos de navegar según su preferencia, y no supeditado a una linealidad como solía ser tradicional en un pasado no tan lejano.

Asimismo, las narrativas transmedia de no ficción demuestran con experiencias de aula de este tipo su gran potencial, lo que invita a fortalecer la exploración de lo transmedia en clave de minitrama, historias simples, pero llenas de complejidades en su interior que pueden sofisticar muchos frentes de la comunicación. Es importante tumbar los mitos que llevan a pensar que para crear transmedia se requieren únicamente de robustos presupuestos. En

realidad, importa más la membrana narrativa y no menospreciar la capacidad en colectivo de construir historias de no ficción de manera menos tradicional y nutrida de emocionalidades, de sutiles detalles que nos conecten más con la otredad.

Notas

¹ La versión digital de la publicación se puede consultar en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3PMnS7D>.

Referencias

- Atarama-Rojas, T. & Menacho-Girón, N. (2018). Narrativa transmedia y mundos transmediales: Una propuesta metodológica para el análisis de un ecosistema mediático, caso Civil War. *Revista de Comunicación*, 17(1), 34-56. <https://bit.ly/3HHS0OH>
- Colectivo Taller Circular (Ed.) (2019). *Atlas del Centro de Bogotá*. Ochoa Impresores. <https://bit.ly/3Pud7Ho>
- Jenkins, A. (2007). *Convergence culture: Where old and new media collide*. Editorial New York University Press. <https://bit.ly/3v7d63V>
- Kinder, M. (1991). *Playing with power in movies, television, and video games: From Muppet babies to teenage mutant Ninja Turtles*. University of California Press. <https://bit.ly/3aVE3R9>
- McKee, R. (2011). *El guion. Story: Sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. Alba Editorial. <https://bit.ly/3cAgwFZ>
- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia*. Editorial Planeta. <https://bit.ly/2YoBkaQ>

REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA

CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

Editores

Ignacio Aguaded
Arantxa Vizcaíno-Verdú
Ángel Hernando-Gómez
Mónica Bonilla-del-Río

REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA: CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

Colección *Redes sociales y ciudadanía*
N. 2 *Ciberculturas para el aprendizaje*
Primera Edición, octubre 2022

Editores

Ignacio Aguaded
Arantxa Vizcaíno-Verdú
Ángel Hernando-Gómez
Mónica Bonilla-del-Río

Comité Científico

Dr. Ángel Hernando-Gómez
Dr. Octavio Islas
Dra. Paula Renés-Arellano
Dr. Abel Suing
Dr. Marco López-Paredes
Dr. Diana Rivera-Rogel
Dr. Julio-César Mateus
Dr. Osbaldo Turpo-Gebera
Dra. Patricia de-Casas-Moreno
Dr. Antonio-Daniel García-Rojas
Dra. Natalia González-Fernández
Dra. Antonia Ramírez-García
Mg. Sabina Civila
Mg. Rigliana Portugal
Mg. Mónica Bonilla-del-Río
Mg. Arantxa Vizcaíno-Verdú
Mg. Odiel Estrada-Molina

Grupo
Comunicar
Ediciones

AlfaMed



Esta publicación no puede ser reproducida, ni parcial ni totalmente, ni registrada en/o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni formato, por ningún medio, sea mecánico, fotocopiado, electrónico, magnético, electroóptico o cualquier otro, sin el permiso previo y por escrito de la editorial.

Patrocinan



Universidad
de Huelva

Depósito Legal: H 325-2022
ISBN: 978-84-937316-9-4
ISSN 2952-1629
DOI: <https://doi.org/10.3916/Alfamed2022>

DERECHOS RESERVADOS © 2022 de esta edición:

Grupo Comunicar Ediciones
Mail box 527. 21080 Huelva (España)
Administración: info@grupocomunicar.com
Director: director@grupocomunicar.com
www.grupocomunicar.com

Diseño: *Arantxa Vizcaíno-Verdú*
Traducción inglés: *Emily Rookes*

Impreso en *Estigraf*, Madrid (España)



Este trabajo se ha elaborado en el marco de Alfamed (Red Euroamericana de Investigación en Competencias Mediáticas para la Ciudadanía), con el apoyo del Proyecto I+D+i (2019-2021), titulado «Youtubers e Intagrammers: La competencia mediática en los prosumidores emergentes», con clave RTI2018-093303-B-I00, financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), y del Proyecto I+D-i (2020-2022), titulado «Instagrammers y youtubers para el empoderamiento transmedia de la ciudadanía andaluza. La competencia mediática de los instatubers», con clave P18-RT-756, financiado por la Junta de Andalucía en la convocatoria 2018 (Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación, 2020) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).



Con el sugerente título de «Redes sociales y ciudadanía. Ciberculturas para el aprendizaje» presentamos en este texto una ingente obra colectiva de investigaciones, propuestas, reflexiones, estudios y proyectos en el emergente ámbito de la educación mediática.

Con 151 capítulos de 298 autores únicos se ofrece una panorámica general en un mundo postpandemia global con un análisis poliédrico del complejo entramado educomunicativo que vivimos. Educadores, comunicadores y educomunicadores, así como profesionales de los más diversos ámbitos de las ciencias sociales abordan aproximaciones complejas, apegadas a la práctica, sobre la sociedad actual, no solo haciendo una radiografía, más o menos amplia, sino también realizando propuestas educomunicativas que mejoren los parámetros de convivencia con los medios.

Presentamos en el texto aportaciones de 17 países euroamericanos, que conforman la Red de investigadores Alfamed con un amplio número de trabajos: Perú (104), España (59), Ecuador (25), Brasil (23), México (21), Chile (18), Colombia (18), Bolivia (5), Italia (4), Costa Rica (4), Cuba (4), Argentina (4), Paraguay (3), Portugal (2), República Dominicana (2), Uruguay (1), y Eslovaquia (1).

Esta obra enciclopédica que conforma la tercera de la Colección Alfamed del Grupo Comunicar Ediciones se subdivide en siete grandes bloques temáticos: I. Prosumers (Instagrammers, youtubers y tiktokers), II. Redes sociales y escuela, III. Ciberciudadanía, ética y valores, IV. Alfabetización mediática y formación de profesores, V. Audiencias y ciberconsumo crítico, VI. Democratización y comunicación alternativa, y VII. Nuevas tendencias: fake news, datificación...



Grupo
Comunicar
Ediciones

AlfaMed



Universidad
de Huelva