



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

Nuevas formas de aprendizaje en la era digital: en busca de una educación inclusiva

Coordinadores
Luisa Vega-Caro
Alba Vico Bosch
David Recio Moreno

Dykinson, S.L.

NUEVAS FORMAS DE APRENDIZAJE
EN LA ERA DIGITAL:
EN BUSCA DE UNA EDUCACIÓN INCLUSIVA

NUEVAS FORMAS DE APRENDIZAJE
EN LA ERA DIGITAL:
EN BUSCA DE UNA EDUCACIÓN INCLUSIVA

Coordinadores

Luisa Vega-Caro
Alba Vico Bosch
David Recio Moreno

Dykinson, S.L.

2021

NUEVAS FORMAS DE APRENDIZAJE EN LA ERA DIGITAL:
EN BUSCA DE UNA EDUCACIÓN INCLUSIVA

Diseño de cubierta y maquetación: Francisco Anaya Benítez

© de los textos: los autores

© de la presente edición: Dykinson S.L.

Madrid - 2021

N.º 5 de la colección Conocimiento Contemporáneo

1ª edición, 2021

ISBN 978-84-1377-321-6

NOTA EDITORIAL: Las opiniones y contenidos publicados en esta obra son de responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente la opinión de Dykinson S.L ni de los editores o coordinadores de la publicación; asimismo, los autores se responsabilizarán de obtener el permiso correspondiente para incluir material publicado en otro lugar.

NARRATIVAS TRANSMEDIA E INCLUSIÓN: DISEÑO DE UN PROYECTO TRANSMEDIA PARA CONTRIBUIR AL RECONOCIMIENTO DE LA PAZ EN LA COTIDIANIDAD DE NIÑOS CON DISCAPACIDAD VISUAL/AUDITIVA

ISMAEL CARDOZO RIVERA

Universidad Autónoma de Occidente, Colombia

DRA. AURORA MADARIAGA ORTUZAR

Universidad de Deusto. España

RESUMEN

Cuando se habla de Narrativas Transmedia, se hace referencia a productos comunicativos (de ficción o no ficción) expandidos a través de múltiples formatos y plataformas donde los usuarios son partícipes de dicho proceso de extensión narrativa. En tal sentido, en un proyecto transmedia se busca generar contenidos que buscan inundar todos los sentidos de los usuarios: Podcasts, Videos, Blogs, mapas interactivos, foto-relatos e incluso experiencias offline (no digitales); encaminados a enriquecer la experiencia narrativa con miras a potenciar el prosumo (Consumir/producir) entre la audiencia del proyecto. De esta manera, las narrativas transmedia fundamentan sus prácticas a partir de productos para ver, escuchar, dar clic, interactuar.

Pero... ¿Qué sucede cuando pensamos en involucrar a las Narrativas Transmedia como didáctica para fortalecer la educación inclusiva? ¿Es posible que desde el diseño de un proyecto transmedia, se pueda contribuir a la inclusión de niños con discapacidad visual o auditiva a partir del reconocimiento de la paz en su cotidianidad? Para resolver estas inquietudes se propone formular un diseño para la producción de una narrativa transmedia inclusiva, donde se promueva el rol de los niños como cocreadores de los contenidos, a partir de sus propias experiencias en torno a la paz desde la aplicación de didácticas en pedagogía activa.

Para esta propuesta se hará en primera instancia una reflexión teórica sobre los conceptos de pedagogía activa, inclusión y narrativas transmedia, a partir del estudio de varios actores. Posteriormente, se entrarán a analizar distintas propuestas para la concepción y el diseño de narrativas transmediáticas bajo una mirada comparativa. Por último, se presentará la propuesta (a manera de modelo), encaminada a fortalecer la educación inclusiva a partir de un proyecto transmedia sobre paz en niños con discapacidad visual y auditiva.

PALABRAS CLAVE

Narrativas Transmedia, Educación Inclusiva, Comunicación y Discapacidad, Interactividad, Diseño Transmedia.

INTRODUCCIÓN

Hablar de Narrativas Transmedia (NT), es hacer alusión a historias expandidas a partir de distintos formatos (audiovisuales, sonoros, fotográficos, etc.) y plataformas o medios tanto analógicos como digitales que para estas narrativas se clasifican en medios *Online* y *Offline* (*Youtube*, *Facebook*, Televisión, radio, libros, blogs, Ferias, Encuentros, juegos de mesa, etc.). A su vez, estos proyectos narrativos que se desarrollan tanto en ficción como en no ficción, también aluden a la necesidad de convertir a las distintas audiencias en prosumidores o emi/recs (Tofler, 1980); (Jenkins 2003); es decir, en consumidores y productores de los distintos contenidos, a partir de las distintas posibilidades que ofrece la interactividad, la cual, Alejandro Rost define como “la capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación para darle a los usuarios un mayor poder tanto en la selección de contenidos como en las posibilidades de expresión y comunicación” (Rost, 2006, p. 285).

Ahora, si se tuviera que evidenciar a las narrativas transmedia desde su praxis, es decir a partir de proyectos tangibles, pues se puede comenzar a analizar los megauniversos de ficción de alto reconocimiento como por ejemplo *Star Wars*, *Marvel*, o *Harry Potter*; (Scolari, 2013); o desde la no ficción, realizar el mismo ejercicio con proyectos como *The N-Word* (Vásquez & López, 2015), *Jóvenes Frente al Cambio Climático* (Peralta & Ouariachi, 2015) o *Priya's Shakti* (Grifeu, 2015). Y para hacerlo, bien se podría entrar a deconstruir cada uno de los medios y plataformas que componen estas narrativas y su correlación tanto con ellas mismas como con sus usuarios al estilo del trabajo de Liuzzi (2015) en proyectos como *Malvinas 30* y *Proyecto Walsh*. De igual manera, resulta factible hacer un ejercicio de contraste entre el producto y las posturas y/o principios que sugieren autores como Jenkins (2010), Gosciola, et al. (2011) y/o Gómez (2010); metodología abordada en trabajos académicos alrededor de proyectos como *Labels* (Cardozo, 2019).

Otra opción puede ser abordar el análisis desde la forma como se concibió el proyecto, muy al estilo de lo que Irigaray & Lovato (2015), plantean en su documento sobre el guion transmedia de *Mujeres en Venta*. Todos estos valiosos aportes alrededor de las Narrativas Transmedia, han permitido afianzar más sus distintas posibilidades, contenidos y formas de producción en proyectos (de ficción o no ficción), en audiencias y públicos que, si bien han sido segmentados o definidos, no suponen una dificultad frente a la inclusión desde la discapacidad. Pero entonces, ¿qué pasa cuando se quiere abordar el diseño de un proyecto transmedia inclusivo?

Es por esta razón que el propósito de este trabajo es trabajar la praxis alrededor de las Narrativas Transmedia desde la inclusión social, y de manera específica en discapacidad visual o auditiva en niños. Específicamente, nuestro objetivo es plantear un modelo para el diseño de una narrativa transmedia inclusiva desde la discapacidad dirigida a niños ciegos o sordos. Pero el tema no para ahí, pues para ello, se ha propuesto trabajar bajo una temática concreta: la idea es que este proyecto permita contribuir al reconocimiento de la paz en la cotidianidad de los propios niños. En otras palabras, el modelo se construirá a partir de la necesidad de generar contenidos a partir de las experiencias de los niños, en una suerte de audiencia participante al interior del proyecto. Un Proyecto Transmedia (PT) que puede ser visto como un proyecto de y para ellos alrededor de la paz y que a su vez permita la visibilización de sus cosmovisiones de paz a una audiencia general.

Resulta innegable que el reto suena bastante complejo, pero la intención es que a medida que se irá desarrollando el planteamiento se irá pasando de la incertidumbre a la formulación de la propuesta. Y, para empezar, qué mejor que presentar la propuesta metodológica que busca dilucidar este reto.

METODOLOGÍA

Con el fin de poder formular un modelo para el diseño de un proyecto transmedia sobre paz desde la inclusión en niños con discapacidad visual

o auditiva, se realizarán tres etapas metodológicas: La primera, es el análisis de distintas propuestas para el diseño de una transmedia convencional (No inclusiva). En este primer momento se analizarán la guía para Realizar Narrativas Transmedia de Robert Pratten (2015); El documento sobre *¿How to write a transmedia bible?* de Gary Hayes (2011), la cual fue traducida por Eduardo Prádanos y, por último, la plantilla para el diseño de narrativas transmedia de la Universidad Nacional de Rosario publicada por Anahí Lovato (2018).

La segunda etapa será el cruce entre estas tres propuestas para el diseño de una narrativa transmedia, a la luz de la intención de desarrollar un modelo para un Proyecto Transmedia (PT) inclusivo. Es importante resaltar que más allá de una suerte de fusión, lo que se pretende es poder encontrar los puntos clave para la formulación de una narrativa transmedia fundamentada tanto desde la inclusión social, como de la participación del público en la construcción de la historia (en este caso de los niños con discapacidad visual o auditiva).

Finalmente, la etapa tres se dedicará a formular el modelo para el diseño de un proyecto transmedia inclusivo, a partir de las particularidades y oportunidades que ofrece la discapacidad, de la intención de generar los contenidos sobre paz de una manera inclusiva a doble vía (con otros públicos) y por último con la intención de trabajar en una narrativa que más allá de plantearla PARA los niños, se conciba CON los niños.

DESARROLLO METODOLÓGICO

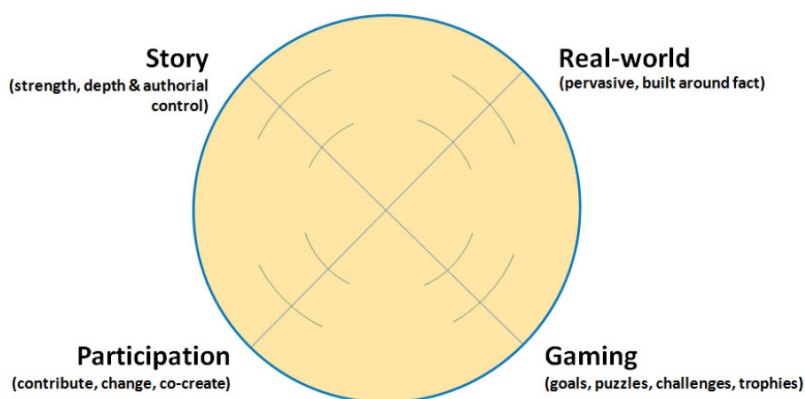
Como se mencionó en la metodología, el primer documento es la guía práctica sobre Narrativas Transmedia de Robert Pratten. El autor sugiere un modelo a partir de 6 componentes clave: *La Historia, la experiencia, la audiencia, las plataformas, el modelo de negocio y la Ejecución*. “El objetivo es lograr que los seis componentes trabajen en armonía juntos, apoyando y reforzando cada uno otro” (Pratten, 2011, p. 4).

En el componente de *historia*, Pratten reúne los elementos narrativos y de la participación de los usuarios y los presenta a partir de preguntas como: ¿qué historia se contará? ¿es real o ficción? (Espacio Narrativo:

Tiempo y lugar) ¿cómo entregaré esta historia (Secuencial, paralela, simultánea, no lineal)? ¿qué tipo de participación quiero o necesito? ¿cómo afectará la participación a la historia?

A su vez, el segundo componente que el autor denomina la *experiencia* lo desarrolla desde la importancia de la narrativa tanto para la audiencia, como para el mundo real. De este segundo componente, cabe destacar la siguiente propuesta de Radar Transmedia con cuatro vértices activos (Historia, Mundo Real, Participación y Jugabilidad); y que pretenden evidenciar la naturaleza de la Narrativa Transmedia a plantear y por tanto vale la pena resaltar como un primer elemento de acercamiento para la concepción de un proyecto de narrativa Transmedia.

Figura 1: Radar transmedia. (Pratten, 2001, p.52)

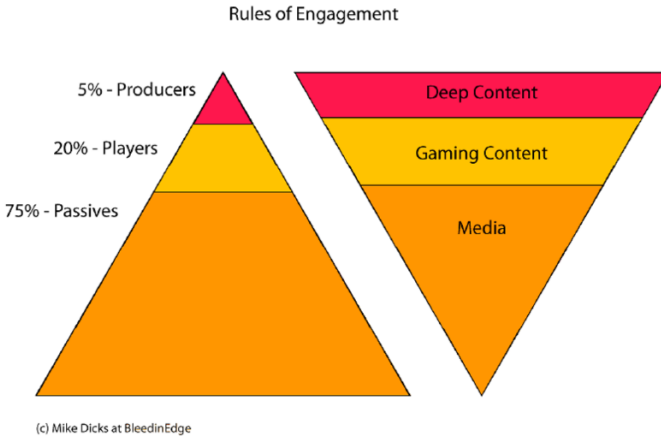


Story = importance of narrative, depth of world & degree of authorial control
Real-world = extent to which story-experience pervades real locations & times, real people & events
Participation = ability of audience to change or contribute to the story-experience
Gaming = audience has goal, use of puzzles, game mechanics (trophies, levels, leader boards etc.)

La *audiencia* es el tercer componente para Pratten y se aborda desde lo demográfico y lo psicográfico, es decir que es una postura más cercana al marketing desde las posturas del consumo digital y el Engagement (*Vínculo con la audiencia*). Ahora bien, un aspecto a destacar es la relación que presenta entre el nivel de participación del público en la narrativa, con el consumo del contenido, donde expone que a medida que el consumidor genere contenidos dentro del proyecto, es más propenso a

sumergirse más en el mismo. Para evidenciar dicha afirmación, Robert presenta la siguiente gráfica Mike Dicks.

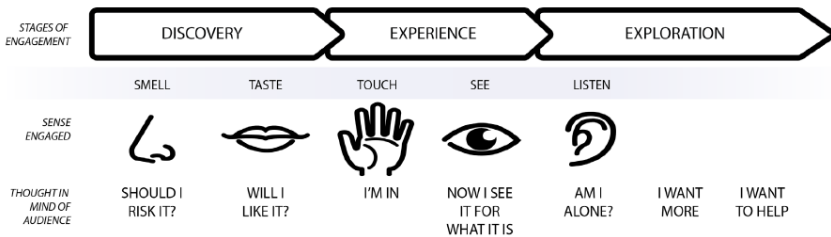
Figura 2: Participación de la audiencia y contenido



Elaborado por Dicks y publicado por Pratten (2001, p.52)

Con respecto a las *plataformas*, lo primero que sugiere Pratten es la diferencia entre éstas y los medios. Los medios es la naturaleza del contenido (video, audio, imagen) y plataformas son los espacios en el mundo digital para alojar y promover los medios (YouTube, Spotify, Instagram), lo cual exhorta a trabajar el Engagement a partir de los 5 sentidos y ello, se traduce en un reto para nuestro proyecto al tener como audiencia inicial a niños con discapacidad visual o auditiva.

Figura 3: Vínculos con los cinco sentidos. (Pratten (2001, p.65)



El penúltimo componente es el denominado *modelo de negocio* que busca pensar la sostenibilidad financiera del proyecto, el cual evidencia

la naturaleza comercial de la propuesta de Robert). El sexto y último componente es la *ejecución*, y en él, el autor sugiere plantear una suerte de esquema de publicación de los distintos productos narrativos desarrollados. En este punto, Pratten recoge una frase que puede ser de gran utilidad pensando en la inclusión:

“Imagina que tu mundo será una enorme caverna, si le cierras los ojos a tu audiencia y luego abres los ojos una vez que están En el interior, la inmensidad es abrumadora: es un lugar nuevo y aterrador. Tu audiencia necesita orientación. Ellos tienen que ser guiados a través de un túnel de entrada y ver la caverna abrirse ante sus ojos y en su propio ritmo. Cuanto más complejo es el mundo, más agarre de la mano necesita hacer” (Pratten, 2011, p. 70).

Ahora es momento de revisar el texto de Gary Hayes (2011) titulado: *How to write a transmedia production bible*, del que se usará la traducción al español realizada por Eduardo Prádanos. Este documento propone el diseño transmedia a partir de 5 instancias clave a saber: *tratamiento, funcionalidad, especificaciones de diseño, especificaciones tecnológicas* y la última instancia denominada *negocio y marketing*

Con respecto al *tratamiento*, Hayes propone establecer los aspectos generales desde la narrativa: Título, lema, contexto, sinopsis, plot points, Caracterización del proyecto (Tono), y guiones tanto de las narrativas como desde los usuarios. En la segunda instancia denominada *funcionalidad*, Hayes aúna los aspectos de la definición de las plataformas (donde sugiere un mínimo de cuatro). A su vez, en esta instancia también propone el establecimiento tanto de unas normas de Engagement, como de un viaje del usuario a través del proyecto que conlleven al planteamiento de un cronograma o Time Line de los contenidos.

Después, se proponen dos *especificaciones alrededor del diseño y de la Tecnología*. En la primera se abordan los aspectos de propuesta gráfica y sonora (con sus respectivas guías de estilo), el manejo de la marca del proyecto (branding). Y en las especificaciones tecnológicas se abordan los elementos de la arquitectura del sistema, la metodología de los dispositivos y la gestión de los usuarios, al interior de las distintas tecnologías que intervienen en el proyecto transmedia. Por último, Hayes

(2011) aborda el tema del negocio y el marketing desde la formulación de unos indicadores de éxito, de los derechos de autor

Como aspectos relevantes de esta guía, a partir del diseño de proyectos transmedia inclusivos, se puede destacar el inicio del planteamiento del proyecto a partir de la idea narrativa, de pensar un título y la necesidad (o no) de tener un lema o frase que lo acompañe. A su vez, resulta clave la sugerencia de plantear un cronograma de publicación que permita establecer una suerte de “viaje del usuario” (Hayes, 2001, p. 13), que permita acompañar a la audiencia. Con respecto a las especificaciones del diseño, resulta interesante pensar en un manual de estilo gráfico y sonoro que podría sugerir un reto desde la inclusión. Con respecto a la instancia tecnológica, cabe señalar la adaptabilidad que tendría pensar en la gestión tecnológica del usuario (usabilidad), no sólo desde las plataformas digitales sino en los demás elementos analógicos que podrían integrar el proyecto transmedia.

Por último, en la instancia de *negocio y marketing* es clave la pregunta que sugiere desde un principio: “Qué desea lograr desde la perspectiva del usuario a través del proyecto” (Hayes, 2001, p. 26). Esta cuestión tiene mucho más arraigo en la propuesta de una narrativa transmedia inclusiva, pues permite alejarse de un modelo de negocio económico, para acercarse más hacia una línea de proyección y/o responsabilidad social, que tendría más relación con una postura a partir de la contribución del proyecto transmedia al cambio social.

“Si tanto individual como colectivamente las posibilidades de ser reconocidos, de ser tenidos en cuenta y contar en las decisiones que nos afectan, dependen de la expresividad y eficacia de los relatos en que contamos nuestras historias, ello es aún más decisivo en este permanente laboratorio de identidades que es América Latina” (Martín-Barbero, 2009, p. 178).

En ese sentido, resulta clave también el planteamiento de plantear nuestros propios indicadores de éxito, que como se planteó a partir de Lovato (2018), pueden alejarse del tema del marketing, las cifras económicas e incluso de los likes y shares.

Como última referencia se abordará “la plantilla para diseño de narrativas transmedia”, propuesta por Anahí Lovato (2018) de la Universidad del Rosario, Argentina. En ella, la autora plantea una propuesta que toma distancia del proceso de preproducción (guiones, libretos, etc.), para concentrarse en el diseño desde la propuesta conceptual. De esta manera presenta una plantilla muy práctica que contiene los siguientes aspectos: Tema, Personajes (con sus conexiones), Escenario y tiempos, Título, lema, género, storyline, sinopsis (Narrativa y Funcional), personajes, elementos de la historia, audiencia, objetivos, participación, plataformas, equipo técnico, y cronograma de lanzamiento (Lovato, 2018).

Por lógica, esta plantilla contiene aspectos similares con respecto a las propuestas de Pratten y Hayes. Sin embargo, el hecho de concentrar el diseño más en la concepción del proyecto que en la ejecución de este, es algo que la convierte en un modelo muy atractivo sobre el cual poder trabajar en el modelo para el diseño de un PT inclusivo, que busca trabajar alrededor de sus imaginarios sobre paz y que por lo cual sugiere que los contenidos como tal del proyecto transmedia, no recaerán en nuestra creatividad, sino, en las propias experiencias y vivencias en la cotidianidad de estos niños alrededor de la paz.

Otro aspecto que relevante, es que al momento de presentar las plataformas que se incluirán en el proyecto transmedia, se sugiere de manera inmediata la posibilidad de pensar en plataformas analógicas (offline), que permitan establecer experiencias o productos presenciales en la propuesta. “En términos globales, los relatos transmedia ponen en juego plataformas y dispositivos en un ecosistema convergente. Las historias pueden circular en medios *on* y *offline*, en diferentes soportes, pudiendo incorporar, incluso, el territorio como plataforma narrativa” (Irigaray & Lovato, 2015, p. 36).

Tabla 1. Puntos en común de los tres modelos

COMPONENTE	PRATTEN	HAYES	LOVATO
Generalidades Narrativas	Título, Premisa (Lema), Género, Tiempo y espacio narrativo.	Título, Lema.	Título, Lema, escenarios y tiempos, género.
Sinopsis, Objetivos Y Tono	Sinopsis corta.	Sinopsis, Historia de fondo y contexto.	sinopsis funcional y narrativa.
	Importancia de la narrativa, de la participación y para el mundo real del proyecto.	Objetivos e indicadores de éxito	¿Qué esperamos lograr?
	Premisa: punto de vista del proyecto	Caracterización y actitud	Storyline
Elementos Narrativos, Plataformas y Personajes	Mundo de la Historia (Mythos).	Formulario Multiplataforma. Plot Points	Esquema de elementos de la historia
	Plataformas, Call to Action	Plataformas y canales	Análogicas/ Digitales, Función narrativa y experiencia
	Mundo de la Historia (Mythos)	En la sinopsis	Personajes, conexiones y aporte a la historia
Audiencia Experiencia	Psicográfico y demográfico	Target de la audiencia usuarios	¿Audiencia participante? Audiencias/ usuarios
	Estrategia de Engagement	Normas de Engagement Líneas de Tiempo	Experiencias de participación de las audiencias
Plan de Publicación	Calendario de Lanzamientos	Cronogramas – Viaje del usuario	Cronograma de lanzamiento de piezas

Fuente: Elaboración Propia

De esta manera, se ha comenzado a estructurar nuestro modelo para la concepción de un proyecto transmedia inclusivo en cinco componentes clave: El primero son sus *generalidades narrativas*, en el que se incluye el título, lema, el género, y el tiempo y espacio narrativo. Después viene el *planteamiento estratégico* planteamiento compuesto tanto de una sinopsis (narrativa + funcional), como de unos objetivos, un tono de comunicación y una línea gráfica y sonora. En tercera instancia se tienen los *elementos de la historia* que aúna los medios, plataformas (*On y offline*), personajes y plot points.

El cuarto componente es la *audiencia* en la que la que se debe definirla teniendo en cuenta que puede ser participante en la construcción de la narrativa (Prosumer). En este punto también se encuentra el engagement y la propuesta del viaje del usuario a partir de la previa selección de las plataformas (analógicas y digitales). Por último, este modelo preliminar sugiere un calendario de lanzamientos a manera de cronograma o línea de tiempo y con la sugerencia de unos indicadores de éxito a partir de los objetivos planteados. Dicho modelo preliminar se puede apreciar de la siguiente manera (Nótese que se presenta de manera interrogativa):

Figura 5: Modelo preliminar para proyecto transmedia ¿inclusivo?



Elaboración propia

Si se observa en detalle, se puede evidenciar que este primer modelo preliminar no afronta la inclusión de manera directa. En otras palabras, si a este modelo se le quita la palabra “inclusivo” podría funcionar muy bien para cualquier proyecto transmedia. Es decir que hasta el momento el trabajo se ha limitado a decantar un modelo transmedia a la luz del cruce de tres propuestas distintas. Es por esta razón que a continuación se profundizará en la propuesta con el fin de fortalecerla desde una perspectiva más inclusiva.

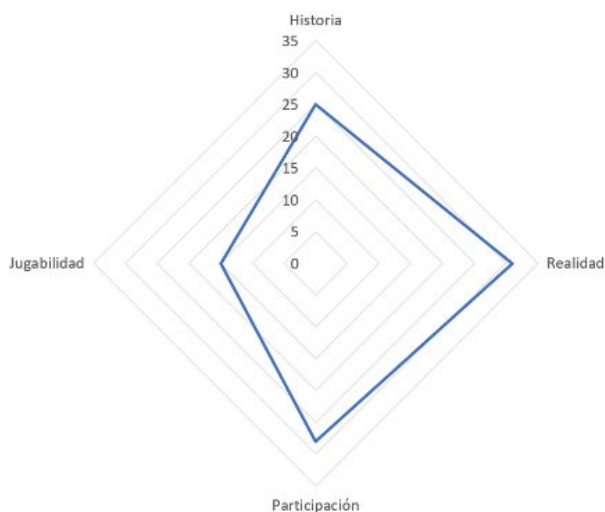
FORMULACIÓN DEL MODELO

Antes de abordar la formulación, resulta primordial concretar lo que bien sugería Hayes (2011) alrededor de lo que se busca lograr con este Proyecto Transmedia Inclusivo. Sin embargo, y para ser más asertivos, se abordará a partir de lo que Rampazzo (2013) denomina *propósito fundamental*. El autor sugiere que una Narrativa Transmedia debe preguntarse puntualmente cuál el propósito de la narrativa: “*What is its fundamental purpose? Is it to entertain, to teach or to inform? Is it to market a product?*” (Rampazzo, 2013, p. 90). De esta manera, el propósito fundamental es visibilizar los imaginarios sobre paz de niños con discapacidad visual y auditiva, entendiendo la visibilización como la acción por la cual, se puede acercar más a las personas con discapacidad con la comunidad en general.

“Uno de los principales retos que impone la indiferencia y la subordinación social es la de visibilizar y comprender las dinámicas históricas, sociales y culturales en las que se enmarcan los grupos y personas en situación de desventaja y vulnerabilidad” (Ortega, 2013, p. 4)

En ese orden de ideas, a continuación, se presentará el resultado del ejercicio de construcción del radar Transmedia del proyecto transmedia inclusivo a partir del propósito principal anteriormente mencionado:

Figura 6: Radar Transmedia del Proyecto Transmedia Inclusivo planteado



Elaboración propia

La figura anterior sugiere un proyecto muy cercano a la realidad y a la participación, debido a su fundamento en la realidad de los niños con discapacidad y a su labor intrínseca para la construcción narrativa. Un poco más atrás se encuentra la historia, pues lo que se pretende no es cautivar a una audiencia desde la espectacularidad o el dramatismo, sino desde la cercanía y empatía que se genera al saber que los relatos hacen parte de la cotidianidad alrededor de la paz de los niños con discapacidad visual y auditiva. Y, por último, se encuentra la arista de jugabilidad la cual será un aspecto secundario del proyecto, con el que se busca aportar a la condición transmedia de la propuesta.

Ahora bien, si se va a hacer una transmedia a partir de las vivencias y experiencias sobre paz de niños con discapacidad visual o auditiva, pues inmediatamente se podría pensar que el público objetivo o audiencia del proyecto sería este mismo público. Sin embargo, una verdadera inclusión, debe propender por involucrar a distintos actores:

“El problema radica en el fracaso de la sociedad y del entorno creado por el ser humano para ajustarse a las necesidades y aspiraciones de las

personas con discapacidad y no en la incapacidad de dichas personas para adaptarse a las demandas de la sociedad” (Hahn, 2003, p. 43).

De esta manera, el modelo que se propone no tendrá una sola audiencia sino tres audiencias definidas a partir de su naturaleza inclusiva desde la discapacidad:

- Niños con discapacidad auditiva.
- Niños con discapacidad visual.
- Público en general.

De esta manera este modelo para el diseño de un proyecto transmedia inclusivo tiene un primer cambio sustancial frente a los modelos anteriores, al sugerir no uno, sino tres audiencias al interior de la propuesta, sin que ello deba afectar el propósito fundamental, sino que por el contrario lo fortalece desde la inclusión.

Ahora, si se asume que se tendrán tres audiencias distintas, ello implica que los productos y plataformas variarán de acuerdo con cada uno de nuestros públicos objetivos. De esta manera, se debe reorganizar el modelo preliminar para desarrollar un PT inclusivo, anteponiendo la audiencia sobre el esquema y dividiendo a este a partir de las características de cada audiencia. Por ejemplo, con los niños con discapacidad visual es posible incluir un producto realizado en braille, y con los niños con discapacidad auditiva se pueda proponer un audiolibro. Es así como el modelo preliminar comienza a cobrar más sentido inclusivo, y, de hecho, al ser un trabajo con niños, su propuesta gráfica también debería mutar:

Figura 7: Modelo para el diseño de un PT inclusivo desde la discapacidad



Elaboración propia.

De esta manera, el modelo para el diseño de un proyecto transmedia inclusivo cuyo propósito fundamental sea la visibilización de los imaginarios de paz de niños con discapacidad visual o auditiva, propone inicialmente tanto las generalidades narrativas, como el planteamiento estratégico que mantiene su línea gráfica y sonora a partir del planteamiento de una audiencia inclusiva, la cual, si bien se divide en el esquema a partir de las discapacidades, la verdad es que la propuesta asume la audiencia desde la multiplicación, pues permite ampliar la oferta de productos narrativos a realizar al interior del proyecto, es decir de los distintos contenidos que se pudiesen hacer a partir de las particularidades de los usuarios. Y es este ejercicio inclusivo alrededor de la audiencia, el que conlleva finalmente a pensar en el esquema narrativo de la historia en el universo transmedia a desarrollar en el proyecto, en este caso, el de las experiencias alrededor de la paz de niños con discapacidad visual o auditiva.

Para ello, en la figura a continuación, se presentará un esquema general de posibles productos, y plataformas que se pueden desarrollar al interior de un proyecto transmedia inclusivo. En ella, y siguiendo la convención cromática de la figura anterior, se podrá observar cómo los colores sugieren una u otra audiencia seleccionada. Además, se incluyó

el color amarillo para aquellas actividades o elementos en los que pueden confluír de manera orgánica las tres audiencias. Por ejemplo, un encuentro físico a manera de exposición del proyecto es una excelente oportunidad para promover una verdadera inclusión desde la interacción entre unos y otros. Por último, si se observa en detalle, en algunos papelitos, encontrarán que sus cintas son de algún color de alguna otra audiencia, lo que sugiere que dicho producto, plataforma u actividad (*online u ofline*), puede ser abordada por las dos audiencias.

Figura 8: Esquema narrativo para un PT inclusivo desde la discapacidad



Elaboración propia

La propuesta de esquema narrativo sugiere entonces una serie de productos que pueden desarrollarse al interior de un proyecto transmedia inclusivo. Ahora, con respecto a la temática específica de cada elemento, es potestad de cada iniciativa. Por ejemplo, se podría proponer la realización de una webserie sobre los imaginarios de paz, o sobre las historias de vida de los niños, o sobre las experiencias que, desde su cotidianidad, cada uno de ellos reconoce alrededor de la paz.

De esta manera se presenta entonces un modelo que en sus pasos iniciales, no se diferencia mucho de los tres anteriores, pero que a partir de su propuesta de definir no una sino varias audiencias, comienza a mutar a una propuesta diferente, que incluso conlleva a pensar contenidos o elementos narrativos en los que confluyen todas estas audiencias diferenciadas desde la discapacidad y que finalmente conlleven a un plan de socialización, que permita no sólo la visibilización de los imaginarios de paz de niños con discapacidad visual y auditiva a partir del reconocimiento de la paz en su cotidianidad, sino la formulación de indicadores de éxito que toman distancia del marketing, para acercarse a parámetros cualitativos y por qué no cuantitativos, alrededor del impacto social del proyecto transmedia inclusivo planteado.

Y es precisamente en este ejercicio de contribuir al reconocimiento de la paz de los niños con discapacidad visual o auditiva, que es momento de acercarse al siguiente punto clave en una narrativa transmedia que es la interactividad. Para ello, hay que empezar a concretar dos aspectos: el primero: es que al tener como insumo la cotidianidad de los niños, ello sugiere inmediatamente que se debe desarrollar el proyecto a partir de una audiencia participante. Y como bien lo afirma Long (2007), las narrativas transmedia son el arte de construir mundos, pues para este caso, no hay universo más extenso y complejo que la realidad de los niños con discapacidad visual o auditiva. En otras palabras, no se tendrá que construirlo, sino más bien interpretarlo a la luz de las experiencias de esta audiencia, es decir, es una propuesta de co-creación de la narrativa entre los realizadores y los niños con discapacidad

“Estamos hablando de un concepto de co-creación. tenemos que buscar algo mucho más orgánico, honesto y operativo, en definitiva, más holístico, en el que todo, de alguna manera, tenga una organización más estricta” (Carrión, 2013, p. 29).

En este caso, como lo que se pretende es que los niños ciegos y sordos reconozcan la paz en su cotidianidad, la interactividad no sólo se concreta entre las historias ya publicadas, y las audiencias con discapacidad, sino que se comienza a ejercer desde el planteamiento de las actividades que conlleven a que estos niños puedan no sólo reconocer la paz en su cotidianidad, sino también poder plasmar este reconocimiento a manera

de testimonio, dibujo, historieta, cuento y/o cuanto producto se quiera desarrollar. Finalmente, está claro que dicha interactividad tendrá una fase posterior cuando se socialicen los productos tanto en plataformas online como offline, en las cuales también sea posible la generación de interacción entre uno y otro público, el cual deberá fortalecerse desde el planteamiento del viaje del usuario. “*la diferencia entre interacción e interactividad es que la primera es interpersonal y la segunda es mediada*” (Vittadini, 1995, p. 151).

CONCLUSIONES

Este trabajo no pretende otra cosa que ofrecer una propuesta de modelo para el diseño de un proyecto transmedia inclusivo, el cual, puede servir como punto de partida para seguir pensando y trabajando alrededor de narrativas transmediáticas que busquen contribuir a la inclusión social. El modelo entonces no pretende tener todas las respuestas ni mucho menos ser una suerte de formato rígido, pues si algo debe caracterizar estos procesos de construcción social debe ser la flexibilidad propia de trabajar con comunidades y grupos sociales diversos.

Otra conclusión es que, si se entra en el detalle de cada uno de los tres modelos abordados, las diferencias no son tan marcadas, lo que sucede es que en los casos de Hayes y Pratten la propuesta está enfocada en proyectos que busquen rentabilidad (Narrativas Transmedia Comerciales), y el de la Universidad Nacional de Rosario, pudiese estar más centrado en los narrativo, sin embargo, en la concepción de la narrativa se encuentran más similitudes que diferencias sustanciales.

Con relación a la terminología alrededor del modelo, se decidió retomar conceptos de los tres modelos analizados inicialmente. Dicha acción permitió que se pudiese concentrar el modelo desde el planteamiento narrativo desde el punto de vista de la inclusión y del trabajo con niños. Es así como, por ejemplo, se decidió hablar de los elementos de la historia, e incluir el viaje del usuario (para nosotros de los usuarios) en el punto de plan de socialización (no de lanzamientos), pues el primero sugiere los medios y plataformas y el segundo sugiere el orden o forma

de consumo del proyecto a partir de la interactividad e interacción, entre las audiencias.

EPÍLOGO.

Si al final de este documento usted se sigue preguntando: Bueno, muy bien el modelo para el diseño de una narrativa transmedia inclusiva sobre la paz en niños con discapacidad visual o auditiva; pero ¿cómo lograr que los niños puedan no sólo reconocer la paz en su cotidianidad, sino que ello les permita generar contenidos narrativos que conlleven una transmedia? Lo primero es no preocuparse, pues esa misma inquietud sigue dando vueltas por aquí... Ahora, al respecto, tenemos una hipótesis que gira en torno al diseño de actividades en didáctica activa, del aprendizaje significativo, del ABP y, por supuesto de la educomunicación: “Las tecnologías de la información y la comunicación, dentro de los ámbitos y sistemas educativos, proyectan una serie de instrumentos favorecedores del conocimiento, así como en el desarrollo individual y social” (Parra & Rojas, 2013, p. 27). Sin embargo, este planteamiento será tema de otro documento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CARDOZO, I. 2019. Proyecto Labels de Telepacífico: ¿Transmedia o no Transmedia? 2º Congreso Internacional Media Ecology and Image Studies: O protagonismo da narrativa imagética. Memórias. págs. 592-614. Portugal.
- CARRIÓN, F. (2013). El productor transmedia: hacia la experiencia de entretenimiento total. En: Fundación Audiovisual de Andalucía (ed.), Profesionales audio- visuales ante el nuevo escenario transmedia, pp. 17- 31. Sevilla: Fundación Audiovisual de Andalucía.
- IRIGARAY, F. y LOVATO, A. (eds.) (2015). Producciones Transmedia de No Ficción. Análisis, experiencia y Tecnologías. Ed. Universidad Nacional de Rosario, Argentina.

- GIFREU-CASTELLS, A. (2015). El uso del documental transmedia como herramienta para el cambio social. Análisis de casos focalizados en las desigualdades de género en el siglo XXI. Congreso Internacional Comunicación, Sociedad Civil y Cambio Social. Universitat Jaume I.
- GÓMEZ, J. (2010). Jeff Gómez en TEDx transmedia. [Video].
En:<https://www.youtube.com/watch?v=p9SIVedmnw4>
- GOSCIOLA, V; CAMPALANS, C; Y RENÓ, D. (2011). Narrativas Transmedia: Entre teorías y prácticas. Rosario: Editorial Universidad del Rosario.
- HAHN, H. (1993). The political implications of disability definitions and data. En; Journal of Disability Policy Studies, Vol.4 No.2. p. 41-52.
- HAYES, G. (2011). How to write a transmedia production bible. Traducción por PRÁDANOS, E. (2012). [en línea] url:
eduardoprados.com/2012/12/30/como-escribir-una-biblia-transmedia/
- JENKINS, H. (2003). “Transmedia Storytelling”. En:
<http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling>.
- JENKINS, H. (2010). Transmedia Education: The 7 principles Revisited.
En:
http://henryjenkins.org/blog/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html
- LIUZZI, A. (2015). El Documental Interactivo en la Era Transmedia: De Géneros Híbridos y Nuevos Códigos Narrativos. Revista Obra Digital. ISSN 2014-5039. Núm 8 – Febrero 2015.
- LONG, G. 2007. Transmedia Storytelling: Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company. Máster Thesis. Massachusetts Institute of Technology. Cambridge.
- LOVATO, A. (2018). plantilla para diseño de narrativas transmedia. Universidad del Rosario. Argentina.
- MARTÍN BARBERO, J. (2009). Culturas y comunicación globalizada. Revista Científica de Información y Comunicación 2009, 6, pp175-192. Sevilla, España.

- ORTEGA, R. 2013. Presentación. En: Métodos, Revista Electrónica de Investigación Aplicada en Derechos Humanos, año 3, núm. 5, julio-diciembre de 2013.
- PARRA, D & Rojas, M. J. (2013). Aspectos psicoeducativos en las relaciones de las TIC y la discapacidad intelectual. En: Revista Intercontinental de Psicología y Educación. Vol. 14, No. 1. P. 27 – 48.
- PERALTA, L. & OUARIACHI, T. (2015). El potencial educativo de las narrativas digitales en la comunicación para el cambio social. Jóvenes Frente al Cambio Climático como estudio de caso. Revista OBRA DIGITAL. ISSN 2014-5039. Núm 8.
- PRATTEN, R. (2015). Getting Started with Transmedia Storytelling. A practical guide for beginners. 2da edición. London, UK.
- RAMPAZZO, R. (2013). National Research University Higher School of Economics. En: Baltic Screen Media Review 2013. Volume 1
- ROST, A. (2006). La interactividad en el periódico digital (Tesis doctoral). Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado en: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4189/ar1de1.pdf>
- SCOLARI, Carlos A. (2013). Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto S.A. Ediciones.
- VÁZQUEZ, J. & LÓPEZ, X. (2016). Narrativas Digitales Y Desarrollo Social: Análisis Y Caracterización De Los Géneros De No Ficción Interactiva. Actas Del I Congreso Internacional Comunicación Y Pensamiento. Comunicracia Y Desarrollo Social. ISBN - 978-84-945243-2-5.
- VITTADINI, N. (1995). Comunicar con los nuevos media. En: Las nuevas tecnologías de la información, p. 103-176. Barcelona: Ed. Paidós.