

ANÁLISIS DISCURSIVO-NARRATOLÓGICO DE PIEZAS DOCUMENTALES INTERACTIVAS Y OTRAS PRODUCCIONES PERIODÍSTICAS MULTIPLATAFORMA EN EL MARCO DE UNA TIPOLOGÍA ESPECÍFICA DE LAS NARRATIVAS TRANSMEDIÁTICAS NO-FICCIONALES

Investigadores USAL:

Directora Paredes, Graciela M. (graciela.paredes@usal.edu.ar); Astigueta, Martín

Resumen

La categoría *transmedia storytelling* fue introducida en 2003 por Henry Jenkins para referirse a la utilización narrativa de diferentes plataformas y medios, aprovechando las especificidades de cada una de ellos según las conveniencias de un determinado relato. Desde entonces, la ‘transmedialidad’ en relación a los discursos ficcionales ha sido muy estudiada, pero se evidencia un escaso desarrollo teórico en comparación con los relatos no-ficcionales. Entendemos por estos a las diferentes producciones periodísticas y documentales interactivas que utilizan dos o más plataformas para el desarrollo de historias testimoniales.

El objetivo planteado para esta investigación fue analizar cualitativamente la efectividad teórico-empírica para la descripción de piezas *transmedia* no-ficcionales de los doce principios que constituyen la tipología construida en el trabajo de investigación previo, titulado “Reflexiones para una tipología de las narrativas *transmedia* no-ficcionales”.

Para ello se partió de la hipótesis de que las narrativas *transmedia* son un objeto de estudio bidimensional, resultante de la combinación de sus dos elementos componentes: “narrativas” y “*transmedia*”. Por lo tanto, su abordaje debe contemplar esta doble naturaleza y analizar tanto los elementos formales y estructurales, que hacen a lo “narrativo”, así como también indagar en las condiciones de producción, circulación y reconocimiento que hacen a su ‘transmedialidad’.

Así, se consideró que siete de los doce principios propuestos en la tipología construida (“transmedialidad”, “modelo de negocio”, “interfaz”, “expansión”, “multiplicidad”, “interactividad” y “participación”) hacen al plano de la enunciación; mientras que los otros cinco restantes (“*world building*”, “continuidad”, “subjetividad”, “localización” y “*mush-up*”) hacen al plano del contenido. Dada la extensión del estudio propuesto, el presente trabajo se acotó a los siete principios que hacen a la enunciación.

De los resultados obtenidos se puede concluir, en primer término, que la ‘transmedialidad’ debe ser entendida como un fenómeno de enunciación, por lo que las nociones desarrolladas en el marco de las teorías de los discursos sociales son adecuadas para su abordaje. En segundo lugar, del análisis cualitativo parcial de los principios estudiados se desprende su alto grado de efectividad para la descripción y caracterización de las piezas *transmedia* no-ficcionales.

Palabras clave: *transmedia*; narrativa; no-ficción; multiplataforma; periodismo digital.

Abstract

The transmedia storytelling category was introduced in 2003 by Henry Jenkins to refer to the narrative use of different platforms and media, taking advantage of the specifications of each of them according to the suitability of a determined story. Since then, transmediality in relation to fictional discourses has been deeply studied, but little development is evident as regards non-fiction stories.

The latter should be understood as the different journalistic productions and interactive documentaries that make use of two or more platforms for the development of testimonial stories.

The goal set for this research work was to analyze qualitatively the theoretical and empirical effectiveness for the description of non-fictional transmedia pieces of the twelve principles that constitute the typology built in the previous paper entitled “Reflections for a typology of non-fiction transmedia storytelling”.

For that purpose, we started from the hypothesis that transmedia narratives constitute a two-dimensional object of study resulting from the combination of their two component elements: “narratives” and “transmedia”. Therefore, our approach should consider this dual nature and analyze both the formal and structural elements that determine the “narrative” aspect, as well as investigate the production, circulation and recognition conditions to which “transmediality” is due.

Thus, it was found that seven out of the twelve principles proposed in the built typology (“transmediality”, “business model”, “interface”, “spreadability”, “multiplicity”, “interactivity” and “participation”) refer to the level of enunciation, while the remaining five principles (“world building”, “continuity”, “subjectivity”, “location” and “mush up”) provide the framework for the content. Due to the length of our target research, this paper was narrowed to the seven principles which are specific to enunciation.

From the results, it can be concluded first, that “transmediality” should be understood as a phenomenon of enunciation so that all the notions developed in the framework of theories of social discourse are suitable for its approach. Second, the partial qualitative analysis of the studied principles reveals their high degree of effectiveness for the description and characterization of non-fiction transmedia storytelling.

Keywords: transmedia; storytelling; non-fiction; multi platform; digital journalism.