

“Comunicación transmedia y nuevas narrativas”

“Transmedia communication
and new narratives”

En una época de entornos cambiantes la denominada comunicación transmedia parece que ha llegado para quedarse. Este nuevo proceso implica una participación del público más activa pero en el campo académico genera dudas e incertidumbres sobre su aplicación e, incluso, hay quien esgrime argumentos apocalípticos en torno al fenómeno y señala la suplantación y/o desaparición de las narrativas tradicionales. De ahí que en *Comunicación y Hombre* queramos abrir el diálogo para conocer y comprender la especificidad de las narrativas transmedia: su consolidación, su aplicación y potencialidades. Conocer las posibilidades de la comunicación transmedia aplicadas a la ficción, al periodismo, al documental, a la publicidad... ¿Cuál es el papel del público en este proceso? ¿Realmente el nuevo prosumidor tiene un papel tan activo como se presenta e interactúa en la acción narrativa? ¿Aquellos no participativos serán alienados y esto abocará en una fragmentación de los públicos?


Todas estas cuestiones hacen que el tema que planteamos en este número nos parezca enormemente atractivo y una fuente inagotable de investigación sobre la que reflexionar. Al respecto, queremos destacar el interesantísimo estudio de los profesores José Ignacio Niño, Juan Enrique González Vallés y Mario Barquero Cabrero, de la Universidad Complutense de Madrid, titulado “La comunicación transmedia en el sector de los videojuegos: perspectivas, horizontes y estudio de caso”. Los autores consideran que la apuesta por la transmedialidad y la *crossmedialidad* es hoy una realidad que abarca casi todos los soportes conocidos para encauzar las historias de la manera más holística posible y permiten al usuario formar parte del propio relato ya que, al interactuar, consigue avanzar en la historia propuesta. Los autores diseccionan pormenorizadamente este fenómeno y coinciden en señalar que “la implicación del usuario es la clave para tenga el éxito que actualmente posee, sin olvidarnos de la potencialidad que existe en la novedad que implica el uso de las nuevas plataformas”. En este marco, el mercado de los videojuegos no iba a estar al margen y se ha adaptado con facilidad y agilidad a esta nueva realidad. “Este nuevo tipo de historias han provocado una vuelta de tuerca en toda la industria audiovisual, que ha encontrado un nuevo mercado, con multitud de segmentos y casi infinitud de nichos que rellenar”. Se trata de contar historias con un punto común en formato multisoporte que, a pesar de

desarrollar diferentes lenguajes que se adapten a las diferentes narrativas, construyan una relato unitario.

En este sentido destaca también el interesante estudio que publica la profesora Belén Mainer, de la Universidad Francisco de Vitoria, titulado "My Preschool Monsters, una aventura de narración transmedia en el ámbito educativo". En él, la autora presenta las posibilidades de los videojuegos, como versión tecnológica del juego tradicional, para ofrecer mundos posibles que pueden constituir una excelente combinación para la formación. "Gracias a la vivencia de experiencias relajadas y entretenidas, sin un objetivo práctico aparente en un entorno de cuasi juego, los individuos pueden adquirir conocimiento orientado de hechos nuevos y de sí mismos en la medida en que juegan". Aquel que se acerque a esta investigación descubrirá cómo la profesora Mainer demuestra cómo el campo educativo es también un terreno donde pueden evolucionar las experiencias de los usuarios mediante nuevas formas de conexión, reconfigurando los marcos tradicionales del juego educativo y enriqueciendo las oportunidades de las nuevas narrativas al servicio de formas que motiven la maduración, en fases incipientes, de los niños.

No quiero dejar de destacar que el presente número aborda también otras interesantes aportaciones en el campo de la Comunicación y las Humanidades, con la participación de profesores de la Universidad Complutense de Madrid, de la Universidad San Pablo, de la Universitat Abat Oliba CEU, de la Universidad Rey Juan Carlos, de la Escola Superior Politécnica Tecnocampus, de la Universidad Anáhuac México Norte, de la Universidad Pontificia de Salamanca y de la Universidad Francisco de Vitoria. A través de sus investigaciones contribuyen a ese diálogo que queremos potenciar desde estas páginas. Además, este número se nutre también con la aportación de magníficas reseñas sobre las publicaciones más recientes en nuestro campo con el deseo de que despierten y ayuden a abrir nuevos horizontes de investigación y que esperamos enriquezcan la reflexión.

No está de más señalar que nuestra página web (www.comunicacionyhombre.es) recoge completos este y todos los números de la revista desde su inicio.

Agradecemos a los autores su participación en *Comunicación y Hombre* así como a aquellos que nos han enviado sus artículos y, por supuesto, a todos los miembros del Consejo Editorial y del Consejo de Redacción de la revista y a la Universidad Francisco de Vitoria. 

PEDREIRA SOUTO, Elena

Directora de Comunicación y Hombre

 elpedreira@comunicacionyhombre.es