



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

Las señales infantiles y su integración en multiplataformas que consolidan narrativas transmedia  
Leonardo González, Sebastián Novomisky y Andrea Jacqueline Gómez  
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 4, N.º 2, diciembre 2018  
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>  
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata  
La Plata | Buenos Aires | Argentina

## Las señales infantiles y su integración en multiplataformas que consolidan narrativas transmedia

**Leonardo González**

[leonardo.gonzalez@presi.unlp.edu.ar](mailto:leonardo.gonzalez@presi.unlp.edu.ar)

---

Universidad Complutense de Madrid

Centro de Investigación y Desarrollo en Comunicación, Industrias Culturales y Televisión  
Facultad de Periodismo y Comunicación Social  
Universidad Nacional de La Plata  
Argentina

**Sebastián Novomisky**

[sebastiann@perio.unlp.edu.ar](mailto:sebastiann@perio.unlp.edu.ar)

**Andrea Jacqueline Gómez**

[andragomezperio@gmail.com](mailto:andragomezperio@gmail.com)

---

Investigación y Desarrollo en Comunicación, Industrias Culturales y Televisión  
Facultad de Periodismo y Comunicación Social  
Universidad Nacional de La Plata  
Argentina

El presente trabajo busca reflexionar a modo de ensayo cómo las señales infantiles se integran en multiplataformas, consolidando narrativas transmedia, junto al desafío que implica abordar estos modos de interpelación y formación de subjetividades. Para esto, el análisis de productos específicos o las interacciones entre los sujetos y los dispositivos es apenas un punto de partida y es necesario analizar a las señales en su conjunto para pensar el tipo de relato que están construyendo, que va a estar entramado

en toda la constelación de productos ficcionales, extraficcionales y/o extramediáticos. Ese conjunto, fruto de la integración de distintas plataformas, contenidos y propuestas de uso, es lo que va a constituir diferentes modos de interpelación; algunos de carácter más educativo o comercial.

Por lo tanto, las señales consolidan, articulan o integran diferentes contenidos y productos, como narrativas multimedia y transmedia, la publicidad o los entornos reales. Esto conlleva considerar la construcción de un ecosistema, fruto de la convergencia, donde las señales constituyen polos de producción y de realización - ya que aún allí es donde se encuentra el capital económico y el conocimiento-, así como de difusión de distintos contenidos en diversas pantallas; nuevos modos de hacer que implican nuevos sentidos, que no solo van a estar determinados por los discursos sino por los usos que se plantean y se desarrollan.

Pensar en un ecosistema implica concebir las interacciones entre los medios y cómo estos se influyen y se constituyen como tales en esta trama. Para esto resulta pertinente retomar las conceptualizaciones sobre convergencia. Para Miller (2004), el fenómeno implica dos procesos: la convergencia digital o digitalización, que se refiere a la reducción de todos los flujos de información a una serie de bits, y la convergencia industrial, que es consecuencia de la anterior y conlleva la confluencia de actividades entre diferentes sujetos económicos.

Esto implica diferentes transformaciones. A los fines de nuestro trabajo podemos citar algunos ejemplos, que Scolari (2008) reelabora a partir de diferentes autores, como la fusión de empresas y la multiplicación de medios dentro de un mismo grupo de comunicación; la conformación de nuevos sectores de la economía; la transformación de las tareas dentro de los medios como consecuencia de la digitalización de los procesos de edición, producción y difusión; nuevas formas de hacer y difundir la información y nuevas plataformas que obligan a revisar los modelos de articulación entre los medios.

En esta línea, a partir del trabajo de Thornton-Caldwell de 2000 (como se cita en Scolari, 2008) el autor realiza una clasificación de diferentes enunciadores que tienen un discurso particular. Dentro de los enunciadores comerciales están los fabricantes de hardware y software; las empresas de broadcasting y televisión por cable; las empresas de telecomunicaciones y la industria del cine y televisión, medios y agencias de publicidad. Más allá de los posibles cruces, para pensar a las señales debemos considerar a las empresas de broadcasting y televisión por cable, que van a tener un discurso centrado en la programación, y a la industria de la televisión y la publicidad, cuyo discurso va a estar enfocado en los Por contenidos. En este último sentido, retomando el trabajo de Orihuela de 2003 (citado en Scolari, 2008) se plantea, una serie de características de la

comunicación en el contexto de la convergencia, entre las cuales el contenido es la identidad de los medios.

Además, también se debe considerar a la convergencia cultural, que implica la existencia de cambios en la recepción, los consumos culturales y la producción, y que nos aporta a la comprensión de la participación de las audiencias; una de las características fundamentales del concepto de narrativa transmedia. Los sujetos pueden, en potencia, deconstruir tanto simbólicamente como materialmente los objetos y referentes en el intercambio comunicativo (Orozco, 2012). No obstante, cabe recordar la desigualdad que existe entre las audiencias y las empresas mediáticas. Aunque, siguiendo la línea, ya no habría una diferenciación necesaria entre productores y consumidores sino que se trataría de participantes que entran en interacción según un conjunto de reglas. Esto afecta la manera de construir sentido, que se produce en los consumidores individuales y en sus interacciones con otros (Jenkins, 2008).

En esta perspectiva debemos señalar que, en el contexto de la convergencia, se entiende que la comunicación ha pasado de ser de *uno -a -muchos* al modelo de *muchos - a - muchos*, debido al desarrollo de formas interpersonales y grupales de intercambio o formas posmasivas de comunicación (Scolari, 2008).

Otro aspecto, según el trabajo de Fagerjord de 2003 (como se cita en Scolari, 2008), tiene que ver con las hibridaciones semióticas, que implican una retórica multimedia - convergencia retórica-, que se refiere a la combinación de diferentes sistemas de signos en distintos textos y significaciones.

Por su parte, se observan características particulares que difieren a las de los contenidos de los medios tradicionales. Algunas de ellas son la hipertextualidad, interactividad, multimedialidad y la atemporalidad (Solari, 2008) que propician las distintas plataformas y que establecen diferentes modos de interpelación. Sin embargo, estas propiedades pueden manifestarse de manera desigual.

Por un lado están las estructuras textuales no secuenciales, es decir que son hipertextuales, o sea que a través de una red podemos trasladarnos por distintos espacios que pueden tener diferentes leguajes. Y cuando estos lenguajes interactúan en espacios híbridos estamos ante narrativas multimedia.

Otra característica es la interactividad, es decir los intercambios entre sujetos, mediados por los dispositivos tecnológicos, o entre el sujeto y los dispositivos. En relación a esta última forma, Scolari (2008) ubica al espacio del intercambio en la interfaz de Internet. Estas posibilidades son entendidas como un nuevo fenómeno. Sin embargo, *“como enseñan la semiótica, los estudios culturales y las teorías de la recepción, el consumo de los medios siempre es un proceso activo donde, entre otros factores, se cruzan*

*competencias textuales, experiencias previas de recepción e influencias socioculturales”* (Scolari, 2008; 99).

## **El concepto de interpelación**

Por otro lado están las conceptualizaciones sobre la capacidad que tienen los medios tradicionales para interpelar a sus audiencias. Como explica Huergo (2008) en *La relevancia formativa de las pantallas*, las interpelaciones televisivas pueden concebirse como conjuntos textuales, es decir que remiten a otros textos, y también como una articulación que se da en dos situaciones en la acción de estar frente a las pantallas. La primera implica la comprensión inserta en un campo de significación y de sentido, mientras la segunda se refiere a su inserción en una intertextualidad donde la producción nunca es individual ni inaugural.

El sentido de la interpelación, como plantea Buenfil Burgos (1993), es la capacidad de producir la sutura del sujeto en la posición que se lo convoca, lo que puede ser pensado como una articulación que implica identificaciones y reconocimientos. A partir de modelos de identificación que se le proponen al sujeto, este se reconoce o no en aquella propuesta (Huergo, 2008). Pero este reconocimiento no ocurre de una vez y para siempre sino que es un proceso textual; remite a textos anteriores y va más allá de las pantallas.

Por su parte, cabe la reflexión sobre la televisión y sus concepciones clásicas; estas son pertinentes para pensar los fenómenos actuales pero, asimismo, es necesario tomarlas como punto de partida y repensarlas a la luz de la convergencia y las hipermediaciones, como un marco conceptual que dialoga y se actualiza.

Por ejemplo, el concepto de mediatización plantea que los medios modifican la forma de relacionarnos, más allá que estemos expuestos a ellos o no, porque estamos en relación con personas que modelizan sus prácticas a partir de ellos. Esta conceptualización se actualiza en la de hipermediaciones (Scolari, 2009), que incorpora los procesos de intercambio, producción y consumo simbólico en entornos donde confluyen medios, sujetos y lenguajes interconectados de manera reticular.

En este contexto, las señales producen contenidos con diversas características para conservar y ampliar sus audiencias. En este sentido, resulta pertinente retomar conceptualizaciones sobre narrativa y su clasificación en multiplataforma, crossmedia y transmedia. Al hablar de narrativa hacemos referencia a un relato que, en tanto expresión discursiva, materializa diferentes sentidos en torno a un tema determinado.

Ello ocurre a partir de una trama que incluye personajes, acciones, ambientaciones de espacio-tiempo y un narrador. Existen distintos abordajes de la narrativa, como el de los formalistas rusos, el semiótico o el pragmático. Sin embargo, nos ceñiremos a las narrativas como el resultado de análisis sobre distintas materias significantes, en los que se identifican diferentes ejes bajo la forma de un relato que condensa diversos sentidos. En las narrativas multiplataforma se cuenta una misma historia en diferentes soportes, por lo cual la misma debe adaptarse a los distintos lenguajes implicados. En la narrativa crossmedia no se trata del mismo contenido sino de partes de una narración integrada a través de distintas plataformas y que las audiencias deben conocer en su totalidad para poder entender el significado de forma completa (Piñeiro y Costa, 2013). En la narración transmedia los elementos de esta estructura interrelacionada guardan independencia y sentido completo. Por su parte, una característica de esta narrativa es que parte de los consumidores pueden constituirse en prosumidores -consumidores y productores- y contribuir a la expansión de la macrohistoria (Scolari, 2013).

Sobre este punto, la participación de los usuarios es un aspecto fundamental de la conceptualización de narrativa transmedia, sin embargo a veces está ausente como creación de relatos; como narrativa, la cual implica una trama con un narrador, ambientaciones de espacio-tiempo, personajes y acciones.

En ocasiones, lo que se aprecia son expansiones de los contenidos desarrollados de forma canónica y la participación de las audiencias a través de elementos narrativos aislados o la posibilidad de realizar interacciones, a través de espacios para hacer comentarios u otras formas que facilitan las plataformas.

Por su parte, además de este aspecto fundante del concepto y a la vez no siempre presente, la misma idea de narrativa transmedia está siendo puesta en discusión, en cuanto a sus límites y alternativas, por autores como Scolari (2017). El término sufrió desplazamientos de la ficción a la no ficción, por lo cual desde hace tiempo podemos hablar de periodismo transmedia o de documentales con estas características. También se ha desplazado entre el ámbito académico y el profesional. Y es desde este último lugar que el autor nos plantea pensar el rol del productor transmedia como diseñador de interfaces narrativas. Esto implica concebir a la creación narrativa ya no como práctica de matriz escritural sino como una disciplina vinculada al diseño; a la arquitectura de mundos. En este sentido, el diseñador implementa una estrategia de comunicación; crea lugares para la interacción entre sujetos y dispositivos, donde se pueden vincular diferentes elementos como textos, personajes, tramas, audiencias, medios y lenguajes. Esta idea en desarrollo puede aportar a abandonar la concepción lineal de narrativa y a pensarla como adjetivo; como una potencialidad de estas interfaces.

Por lo pronto, si nos ceñimos a la matriz escritural, tenemos una clasificación que comprende a la historia original o macrohistoria con sus expansiones –historias paralelas, preliminares, periféricas, intersticiales o secuelas –, que incluye el contenido canónico y el generado por los usuarios (Scolari, 2009).

No obstante, estos universos transmedia están dentro de ecosistemas mayores que incluyen otros discursos, como el publicitario o el de los llamados entornos reales; los contenidos ficcionales, extraficcionales y extramediáticos. Estos discursos, los contenidos y plataformas forman un conjunto que es lo que va a constituir diferentes modos de interpelación. Y en este entramado van a ser importantes las posibilidades de uso que se plantean a los usuarios y cuáles se desarrollan.

De esta manera, cada universo transmedia va a tener un modo de interpelar único, que va ir cambiando junto con las posibilidades y propuestas que puedan ofrecer las multiplataformas, que se irán incorporando y modificarán ese universo.

## Palabras finales

Entendemos que es necesario considerar a las señales en su conjunto para pensar sus diferentes modos de interpelación; que podrán ser de un carácter más educativo o comercial, siempre como un modelo ideal más que como una realidad estática. Ese relato va estar entramado en la integración de las distintas plataformas, contenidos y propuestas de uso.

En este sentido, comprendemos la existencia de diferentes situaciones. Por un lado están las señales que son núcleo productor y articulador de narrativas transmedia, donde se proyectan los contenidos desde sus primeras etapas, y por otro las que constituyen un elemento más que consolida universos transmedia y que poseen otros núcleos de producción. Estos universos van a tener consonancia con la identidad de las empresas que los producen, una perspectiva que puede ser incluso previa al desarrollo de las multiplataformas que permiten su expansión. Esto lo podemos apreciar en los objetivos de las señales y en las posibilidades de acceso a los contenidos. Por ejemplo, están las señales que ofrecen sus producciones en forma gratuita porque el fin es que el contenido llegue a niños y niñas; consolidar narrativas para situar un mensaje. Y también están aquellas que integran un entramado de productos que producen sentido con un fin económico.

Sin embargo, esto no significa posicionarse desde las teorías de la continuidad crítica sin considerar los cambios en los medios y en la cultura, pero si recuperar el planteo sobre

los intereses económicos, los imperativos políticos y aspectos culturales que modelan tanto a los medios tradicionales como a las multiplataformas.

## Bibliografía

- Buenfil Burgos, R (1993) *Análisis de discurso y educación*. Documentos DIE, 26, 1-25.
- Huergo, J. (2008). *La relevancia formativa de las pantallas*. Comunicar - Revista Científica de Comunicación y Educación. Nº 30, v. XV, 2008. ISSN: 1134-3478.
- Jenkins, H. (2008) *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Miller, V. (2004) *Stitching the Web into Global Capitalism: Two Stories*, en Gaundett, D. y Horsley, R. (eds.), *TVeb. Studies*(2ª ed.). Londres: Arnold.
- Orozco Gómez, G. (2012), *Televisión y producción de interacciones comunicativas*, Nueva época, N.º 18, pp. 39-54.
- Piñeiro Otero, T. y Costa Sánchez, C. (2013). *De series españolas de éxito a producciones audiovisuales transmediáticas. Análisis de Águila Roja, El Barco y Amar en tiempos revueltos*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 19 (especial abril), 925-934. DOI: 10.5209/rev\_ESMP.2013.v19.42175
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Primera Parte. Capítulo 2. *De los nuevos medios a las hipermediaciones*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2009). *Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production*. International Journal of Communication (3), 586-606.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Scolari, C. (2017, 28 de octubre). *Transmedia is dead. Long live Transmedia!*. En *Hipermediaciones*, Disponible en <https://hipermediaciones.com/2017/10/28/transmedia-is-dead/>