

Producción estudiantil Transmedia; nuevas formas de comunicar

Laura Tatiana Gómez

Question/Cuestión, Nro.80, Vol.3, Abril 2025

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

IICom -FPyCS -UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e976>

### **Producción estudiantil Transmedia; nuevas formas de comunicar**

### **Student Transmedia Production: New Ways to Communicate**

**Laura Tatiana Gómez**

Universidad Nacional de La Plata (UNLP)

Argentina

<https://orcid.org/0009-0007-5242-8470>

### **Resumen**

Este ensayo examina algunas reflexiones sobre un entorno digital que ha repercutido en las formas en que buscamos y accedemos a la información a través de canales y plataformas digitales. La propuesta denominada “*REC. Revista de Estudiantes en Comunicación*”, plantea crear un espacio asequible para la difusión de producciones académicas originales e inéditas de estudiantes universitarios/as en comunicación. Promoviendo a su vez, la incorporación de variedad de narrativas transmedia, el uso del lenguaje inclusivo en cuanto al género, y generar un lugar de diálogo e interacción entre docentes, investigadores/as y la comunidad educativa en general. Haciendo de *REC* una plataforma de visibilización y contención de dichas producciones en el marco de difusión y apoyo al movimiento de acceso abierto al conocimiento.

## Abstract

This essay examines some reflections on a digital environment that has impacted the ways we search for and access information through digital channels and platforms. The proposal, titled “REC: Student Journal of Communication,” aims to create an accessible space for the dissemination of original and unpublished academic productions by university students in communication. It also promotes the incorporation of diverse transmedia narratives, the use of gender-inclusive language, and the creation of a space for dialogue and interaction among teachers, researchers, and the educational community at large. REC aspires to become a platform for showcasing and supporting these productions within the framework of dissemination and support for the open-access knowledge movement.

**Palabras clave:** Comunicación, Producción académica, Estudiantes, Plataformas digitales, Revistas Académicas, Narrativas Transmedia.

**Key words:** Communication, Academic Production, Students, Digital Platforms, Academic Journals, Transmedia Narratives.

## Introducción

Resulta necesario hablar de producción académica como un proceso fundamental para el avance y la democratización del conocimiento además de su contribución al desarrollo, social, cultural y científico, sobre todo en el ámbito universitario. Es a través de la realización del Trabajo Integrador Final de la Licenciatura en Comunicación Social de la FPCS - UNLP que se propuso la elaboración de una revista académica, como necesidad de generar un espacio especialmente para los y las estudiantes. Así también, se exploró la influencia de las tecnologías digitales en la producción de contenido académico contemplando este tipo de revistas como espacios asequibles y enriquecedores donde es posible fomentar la interacción entre la comunidad estudiantil para que puedan desarrollar habilidades profesionales y se visibilicen sus logros. Además, que se detectó una escasez de revistas académicas digitales en comunicación con enfoques transmedia y que tuvieran la participación activa de los/as estudiantes de grado en comunicación.



En el margen de este tipo de iniciativas que fomentan la participación de los y las estudiantes en el universo de las publicaciones académicas y teniendo en cuenta que el proceso de formación universitaria se encuentra en constante evolución, resulta necesario, que las revistas académicas respondan tanto a la necesidad de contener las producciones realizadas en el marco de la trayectoria educativa como a la exigencia de adaptarse a los nuevos formatos y lenguajes que predominan en la era digital; concordando con los principios del acceso abierto a la información, la promoción del lenguaje inclusivo en cuanto al género y la importancia de otorgarles a los/as estudiantes el protagonismo en el desarrollo del conocimiento académico apostando a la diversidad de contenidos y la producción de narrativas transmedia que se producen en las aulas.

Las revistas académicas definidas por el *Reglamento para publicaciones científicas, académicas, periodísticas, culturales y literarias* de la UNLP como “toda publicación donde se abordan reflexiones y análisis, coberturas de actualidad y opiniones vinculadas a los procesos históricos y sus tensiones epocales” (2018,p.7) cobran relevancia en tanto se reconozcan no solo como espacios para la difusión y el intercambio de conocimientos sino también como estrategias comunicacionales que contribuyen a la construcción y a la visibilización de distintas realidades de carácter político, social, económico, cultural, que ocurren en la actualidad. Desde una perspectiva comunicacional el rol de este tipo de publicaciones, como espacios dirigidos, es el de mediadores que posibilitan la creación y el sustento de nuevas formas de dialogar, de relacionarnos, de producir y de compartir conocimiento.

### **Internet, plataformas digitales y narrativas transmedia**

El auge del Internet (la aparición del “*World Wide Web*”, en 1991, en Suiza), término definido por la Real Academia Española como “*Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación*” ha revolucionado tanto esta última como el periodismo, dando lugar a nuevos escenarios digitales que apremian hacer modificaciones y adaptarnos a sus exigencias, ya sea como usuarios o como propios medios. En relación, la periodista y docente Casajús, en su texto

*“Transformaciones y cambios en los géneros periodísticos informativos en el contexto actual”* aporta que el Internet es más que un medio en sí mismo, pues ha atravesado transversalmente de sus elementos (la navegación, la hipertextualidad y la interactividad) a todos los medios y géneros periodísticos . Agrega que:

En cuanto a la “forma” Internet propone unos mensajes abiertos a los sonidos, a las imágenes y a la escritura para todos los medios de comunicación, sean estos escritos o audiovisuales en su esencia. Por otro lado, en cuanto al contenido, la hipertextualidad de Internet propone la elaboración de unos mensajes que remiten a otros en una continua contextualización y ampliación de la información”. (p.3,4.).

En este sentido, Internet y el avance de las tecnologías ha propiciado a través de sistemas informáticos, plataformas, redes y lenguajes multimedia que se generen nuevos formatos y estructuras en la elaboración de contenidos, impulsando modos de narrar innovadores marcados por la interactividad, la participación y la conectividad de las audiencias. Estas últimas tres siendo características de las narrativas transmedia <<transmedia storytelling>>, concepto acuñado por el académico de la comunicación Henry Jenkins y el cual define como “experiencias narrativas que se despliegan a través de diversos medios o plataformas, donde cada uno de ellos cuenta un fragmento de la historia y los usuarios participan activamente en la construcción del universo narrativo” (Liuzzi,2014,p.67). Tal y como lo plantea Jenkins, las narrativas transmedia son aquellas en donde las historias se desarrollan a través de múltiples medios y plataformas, y además, las audiencias no sólo consumen sino que contribuyen en cualquier momento a la construcción de tales historias (prosumidores). No obstante, hoy en día vemos que distintos medios y plataformas incorporan la transmedialidad como recurso para generar vínculos o conexiones con las audiencias, persuadirlas, entretenerlas e incluso sostenerlas alrededor de una marca, una historia, un producto etc, teniendo en cuenta el constante flujo de información que existe y los distintos tipos de públicos.

El más reciente Informe del “*Digital News Report 2024*” sobre las necesidades de la audiencia orientado al consumo de medios y noticias da cuenta de un panorama amplio donde el contexto sociopolítico y la libertad de prensa influyen en las expectativas de los usuarios. Además, explica que conforme a la constante evolución de los medios y las plataformas digitales muchos

de los usuarios consideran que estos no satisfacen sus necesidades, tanto así que trabajan respecto a los requerimientos de los usuarios y saber qué tan bueno es su trabajo al proveerlo. El informe agrega que, a través de técnicas como “el modelo de las necesidades del usuario ” y “la técnica de brechas o Índice de Prioridad de las Necesidades del Usuario” es que muchas organizaciones han comenzado a estructurar sus contenidos. La primera técnica en función de la utilidad que le proporcionan a la audiencia en momentos específicos para adaptarse a los cambios en sus intereses esenciales, categorizados en el deseo de informarse, entretenerse o comprender. Mientras que en la segunda técnica, con base en medir los niveles de satisfacción y priorizar sus áreas de mejora. En términos de consumo de medios y noticias, esta última revela que en países en el Sur Global (incluyendo América Latina y Asia-Pacífico) la mayor necesidad es la de “conocer” lo que ocurre en un contexto asociado a regiones con altas restricciones de libertad de prensa, es decir, el público demanda información básica. Contrario a países del Norte Global (Europa, Australia y América del norte) donde la prioridad de la audiencia es la de “comprender” y profundizar aún en regiones con más libertad de prensa (Instituto Reuters, 2024).

De modo que, el resultado de este informe ofrece un relevamiento a nivel mundial sobre nuevas modalidades de prácticas digitales en cuanto a preferencias de consumo y uso de plataformas. Modalidades que han dado lugar a distintos procesos y transformaciones tecnológicas, sociales, culturales y económicas en torno a la forma en que nos comunicamos, accedemos, producimos, difundimos, receptionamos y compilamos la información, incluso permitiéndonos poner en discusión el uso que le damos y sus repercusiones. Así mismo y con base en la propuesta presentada en *REC*, es que retomo el apartado de cita de la autora para acercarnos a la noción de plataformas:

En palabras de la autora e investigadora José Van Dickj y en un sentido figurativo, las plataformas tomaron el papel de mediadoras facilitando la comunicación y la interacción entre los usuarios como también moldeando la performatividad de los actos sociales que tienen lugar en ellas. Es decir, además de proveer hardware y software, las plataformas ayudan a decodificar actividades sociales a partir del procesamiento de datos, algoritmos y protocolos. (2016, p.34). En este sentido y con la llegada de la Web

2.0(1), el usuario tomó un papel protagónico basado en la participación, la interacción, la conexión en las múltiples plataformas digitales y las redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, entre muchas otras, con una fuerte presencia en las audiencias, debido a las narrativas que surgen en ellas. (Gómez,2023, p-12,13)

**Complementariamente**, la Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2022/23 llevada adelante por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA), reveló un notorio crecimiento en el acceso a contenido online mediante plataformas digitales y dispositivos móviles en la población argentina particularmente en las juventudes. En respuesta a la pregunta, cuáles son nuestras prácticas digitales, reveló que, el uso de redes sociales es casi universal, con WhatsApp alcanzando el 92%, seguido por YouTube, Facebook e Instagram. Además, el 65% de la población accede a películas y series por streaming, y el 80% escucha música online, aunque solo una minoría paga por estas plataformas. Es decir, esta encuesta ofrece datos a partir de los cuales, se confirma la predominancia de dispositivos móviles y las plataformas digitales en el consumo del contenido cultural, especialmente entre los jóvenes. Además, de una audiencia que privilegia, la inmediatez, la interactividad y la personalización de contenidos.

Siguiendo esta perspectiva, y proponiendo pensar que “la comunicación es y será aquello que requiere un carácter más complejo y amplio que informar. Comunicar implica la posibilidad de que las personas se reconozcan unas a otras en un doble sentido, se reconozcan a sí mismas bajo diferencias en el modo de vivir y de pensar, dispuestas a defender y a luchar por los derechos de los demás porque en esos mismos derechos se encuentran contenidos sus propios derechos” (Martín Barbero, 2005.p. 50), es que la idea de crear espacios en donde las publicaciones académicas incorporen las narrativas transmedia adopta un enfoque que aprovecha las posibilidades que trae consigo el internet y a su vez, responde a los hábitos de consumo de las nuevas generaciones, las cuales de acuerdo a los estudios realizados, encuentran en las plataformas digitales un medio para informarse, aprender y compartir conocimiento. Pues, la conjunción de los dispositivos digitales, plataformas, redes sociales y los propios usuarios, generan nuevos modos de producción de sentidos, nuevas formas de comunicación en un contexto donde sobre todo la audiencia joven accede a la información de



una manera diferente, demandando formatos que se ajusten a sus estilos de vida digitales como vídeos, podcasts, fotografías, etc. que les permitan tener una experiencia interactiva, personalizarlos y compartirlos fácilmente. Nos encontramos frente a un ecosistema mediático que evoluciona constantemente. Aun cuando surgen nuevas formas de comunicación en este flujo constante e ininterrumpido de información en Internet.

### **Modos digitales de producción académica: narrativas transmedia.**

El surgimiento de Internet y la digitalización de los formatos de publicación son dos procesos claves que han influido fuertemente en la transformación de las publicaciones académicas, los sistemas de participación, reconocimiento, transmisión, etc. incluso el sistema de evaluación. El gran desafío de las publicaciones científico académicas es evolucionar para que operen bajo una lógica completamente digital. Es decir, que es conceptualizada y desarrollada dentro de un ecosistema digital en un medio tecnológico, considerando desde el ingreso de la información, hasta los procesos de comunicación, edición, gestión y difusión, formatos de lectura, interoperabilidad, discoverabilidad y gestión de métricas. (Aguado, Becerril, Chávez, 2019, p.3,4).

Existe gran variedad de revistas académicas digitales relacionadas al campo de la comunicación, la propuesta de TIF (*REC*) reveló, entre otras cosas, que fueron escasas las muestras que tuvieron contenidos con enfoque de producciones multimedia o narrativas transmedia pues por lo general estaban orientadas únicamente a los textos académicos tradicionales (Gómez, 2023, p.20). Entre ellas:

- QUESTION/CUESTIÓN, revista científica sobre actividades que se realizan en el área de investigación académica en periodismo y en comunicación)
- REVCOM, revista científica de la Red de carreras de Comunicación Social y Periodismo de la Argentina (REDCOM)
- REVISTA ARGENTINA ESTUDIOS DE JUVENTUD, revista científica sobre jóvenes, comunicación y medios.

Las plataformas digitales vistas como herramientas en la construcción de espacios asequibles para la difusión de producciones académicas originales e inéditas de estudiantes universitarios/as en comunicación, ofrecen la posibilidad de:

- ampliar el acceso y el alcance de las producciones académicas,
- que los/as estudiantes puedan experimentar nuevos formatos y estrategias multimedia/transmedia,
- adaptar y distribuir las producciones académicas en distintos canales (redes sociales y sitios web interactivos),
- aplicar teorías y metodologías de la comunicación en la aplicación de nuevos formatos como videos, podcast, infografías, audios, entre otros,
- fortalecer las habilidades comunicacionales de los/as estudiantes,
- que las revistas se adapten a los hábitos y preferencias de una audiencia digital.

Si bien, la producción académica se visibiliza en diferentes medios y plataformas específicas, articularla a las narrativas transmedia permite potenciar que trabajos académicos realizados por las y los estudiantes no se queden en un solo medio sino que continúen expandiéndose en otros e integrar las reflexiones o miradas de las audiencias que los consumen otorgándoles la posibilidad de ser prosumidores con todo lo que implica la transmedialidad y contribuir a la expansión de dichos trabajos y sus contenidos. La experiencia de las narrativas transmedia ha estado presente en el cine, la radio, la televisión, la literatura, y por supuesto en el periodismo. Mientras que, en el ámbito de educación superior, aunque se han incorporado contenidos transmedia, la producción académica sigue siendo mono-mediática y predomina el texto escrito en diferentes formatos tanto a nivel de producción como a nivel de consumo. La propuesta de TIF mencionada a lo largo de este ensayo vinculada al contexto de formación universitaria contempla;

reafirmar la idea de que en estos espacios pedagógicos activos se agrupan subjetividades, reflexiones, historias, debates, diálogos, saberes, recorridos, prácticas, legitimidades, modos de vida que nos permiten poner en valor, resignificar y darle nuevos o distintos sentidos a los contextos que como sociedad vamos atravesando. La





importancia radica en que los sujetos que somos parte de estos espacios no solo nos estamos formando en un campo determinado, sino que al articular nuestras experiencias y perspectivas con lo que aprendemos estamos construyendo, contribuyendo, aportando a la historia e interpelando a otros/as a través de los materiales que como estudiantes leemos, dirigimos, escribimos, investigamos, ilustramos, producimos colectivamente para la sociedad (Gómez,2023,p.23).

La comunidad estudiantil también se resignifica y adquiere nuevas dimensiones en medio de este proceso evolutivo que involucra la comunicación, las tecnologías, los medios y las plataformas simultáneamente siendo el Internet un eje transversal en esta evolución, logrando que las producciones académicas trasciendan del formato tradicional y se diversifiquen a través de herramientas multimedia y las narrativas transmedia. Este fenómeno posibilita ampliar la difusión de las producciones académicas y reformula la forma en que los estudiantes interactúan con la información, el conocimiento y sus audiencias.

#### **A modo de cierre**

La producción académica implica además de la generación de conocimiento, una demanda de adaptabilidad a las transformaciones digitales. La propuesta de *REC. Revista de Estudiantes en Comunicación* pretende responder de alguna manera a estas demandas del entorno digital contemporáneo caracterizado por la interactividad, la inmediatez y la personalización de contenidos. Así mismo, me permito resaltar algunos de los hallazgos preliminares en la realización de dicha propuesta, como la escasez de revistas académicas digitales de/para estudiantes de grado en comunicación con enfoques transmedia o multimedia y que tuvieran la participación y colaboración activa de los y las estudiantes en la construcción y el desarrollo de la Revista en calidad de autores/as, editores/as o evaluadores/as para fortalecer sus habilidades comunicacionales. Incluso el trabajo en equipo y la construcción de alianzas de trabajo con distintas áreas académicas y las agrupaciones estudiantiles toda vez que se constituyen como figuras claves en la identidad de la FPCS.

Adicionalmente, Se detectó la importancia e influencia de las tecnologías a la hora de acceder y producir información, es por eso que *REC* apunta a fomentar el intercambio de conocimientos y saberes en la comunidad estudiantil posicionando a los y las estudiantes como protagonistas, que los temas abordados en sus trabajos académicos sean publicados y sirvan de apoyo y motivación para otros/as estudiantes en el marco de perspectivas críticas, reflexiones y debates que surgen durante la formación académica y en torno al campo de la comunicación.

La propuesta de *REC* no representa un modelo único y definitivo. Se trata de un modelo de proyecto editorial que en el caso de las narrativas transmedia, se muestran como una herramienta para redefinir la producción académica ya que supone diversidad en los contenidos y nuevas experiencias mediáticas, en un espacio donde convergen estudiantes, docentes, investigadores/as y público en general interesado en el universo de las publicaciones académicas, que puedan dialogar entre sí, interactuar y contribuir al conocimiento colectivamente, enriquecer la formación profesional, consolidar un compromiso ético y social tanto con la realidad y como con la comunicación.

### Referencias bibliográficas

Aguado-López, E., Becerril-García, A. y Chávez-Ávila, S. (2019). Reflexión sobre la publicación académica y el acceso abierto a partir de la experiencia de Redalyc. *Palabra Clave* (La Plata), 8(2), e067.

Casajús, L. (s.f) Transformaciones y cambios en los géneros periodísticos informativos en el contexto actual. Máster en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación. <https://www.mediafire.com/file/5lyl3h49y303yzp/Lucía+Casajús+sobre+Generos+y+formatos.doc/file>

Fletcher, R. (2024). Más 'que sólo hechos': ¿ qué piensan las audiencias de las 'necesidades del usuario'? Digital News Report 2024. Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo. Universidad de Oxford

Gómez Pérez, L. (2023) REC. Revista de Estudiantes en Comunicación. Trabajo Integrador Final. Universidad Nacional de La Plata. SEDICI.

Irigaray, F., Lovato, A., (2014). "Hacia la comunicación transmedia"1a ed. - Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.

Martín-Barbero, J. (2005) "Globalización comunicacional y transformación cultural" en Por otra comunicación: los media, globalización cultural y poder /coord. por Denis de Moraes (pp. 39-61).<https://bit.ly/3lpX9cQ>

Universidad Nacional de La Plata. (2018) Reglamento para las publicaciones científicas, académicas, periodísticas, culturales y literarias. (Resolución 42/2018). Consejo Directivo de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

<https://drive.google.com/file/d/1zXFsmBp03NuKzgqxVNUXfEtOY7uUqyyz/view>

Van Dijck, J. (2016) La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales. 1ª ed. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores

Sistema de Información Cultural de la Argentina. SInCA. (2023) Encuesta Nacional de consumos culturales 2013/2023. Dirección De Planificación y Gestión de Seguimiento. Ministerio de Cultura Argentina. {Informe}.

### Notas

(1) Expresión obsoleta acuñada por Tim O'Reilly para referirse a una web con más participación, colaboración y dinamismo que la clásica. Este término ha sido reemplazado más adelante por el de Web 3.0 o "web semántica o sensorial"