

Facultad de Lenguas y Educación

Patricia de Casas Moreno

Doctora en Comunicación

Narrativa digital en la educación

Máster en Tecnologías de la Información y la

Comunicación para la Educación y Aprendizaje Digital



Narrativa digital en la Educación

Unidad 4. Teorías y paradigmas en los contenidos digitales



GLOBAL CAMPUS
NEBRIJA

Patricia de Casas Moreno
Doctora en Comunicación

Justificación	3
Objetivos	4
Mapa conceptual	4
Contenidos	
4. Teorías y paradigmas de los contenidos audiovisuales	
4.1. Los contenidos digitales, nuevos formatos para la comunicación	5
4.2. Hipertextualidad, multimedialidad e interactividad	6
4.3. Modelos de producción textual	13
4.4. El consumidor en la era digital: el prosumidor	15
Evaluación de la unidad	19
Bibliografía	20

Justificación

El desarrollo de Internet y las nuevas tecnologías han generado nuevos modelos de negocio en la explotación de los productos audiovisuales. De este modo, surge lo que se conoce como convergencia mediática, concepto que atiende a la convivencia entre los nuevos y viejos medios de comunicación, favoreciendo el nacimiento de una cultura participativa e inteligencia colectiva. Por su parte, Ferrer (2010) señala que se trata de la unificación de las redes de transporte de información y digitalización. Sin duda, con este nuevo ecosistema comunicativo, los contenidos aumentan, convirtiéndose en multimediáticos e interactivos a través de múltiples soportes visuales vinculados con los contenidos digitales.

Basándonos en la misma línea de estudio, hay que resaltar, a nivel educativo, la necesidad de instruir a los alumnos en la consecución de nuevas habilidades desarrolladas a través del uso de los contenidos digitales en el aula. Sin duda, hay que romper con las análogas formas de interpretación del docente, capacitando la enseñanza a los medios específicos de la actualidad. El nuevo panorama audiovisual digital ofrece al usuario a dialogar, producir y distribuir sus propios contenidos audiovisuales, así como le permite la interacción con el medio de comunicación y los mensajes.

En relación a estas premisas, la presente unidad recoge alrededor de sus cuatro epígrafes toda la información y conocimiento relevante sobre la temática de interés. En este sentido, el alumno abordará los contenidos digitales como nuevos formatos de comunicación. Asimismo, conocerá el concepto de convergencia mediática y lo que supone esta transformación. Por otro lado, analizará los conceptos de hipertextualidad, multimedialidad e interactividad como evolución de los formatos análogos. De igual forma, analizarán los modelos de producción textual, la convergencia de la narrativa digital y el uso de los entornos de colaboración como lanzadera de difusión de los contenidos. Por último, conocerán el perfil del nuevo consumidor en la era digital, «el prosumidor», quien ejerce una doble función: consumidor y productor de los contenidos.

En definitiva, en el actual ecosistema digital surge multiplicidad de nuevos géneros, donde el prosumidor se alza como la figura más característica. La participación colaborativa y la inteligencia colectiva son premisas básicas para que se produzca una correcta narrativa digital, enfatizando la inclusión de este nuevo panorama es la escuela como método de aprendizaje.

Objetivos

La unidad 4 pretende a través de sus contenidos alcanzar una serie de objetivos generales y específicos. En el caso del objetivo general, este tema pretende analizar las teorías y paradigmas que convergen alrededor de los contenidos digitales con el fin que los alumnos comprendan y analicen el nuevo ecosistema comunicativo.

Por otro lado, en cuanto a los objetivos específicos se detallan los siguientes:

1. Evaluar los nuevos formatos digitales en el nuevo entorno comunicativo, donde los contenidos interactivos han cobrado un ascendente papel en la sociedad.
2. Analizar los nuevos conceptos desarrollados como hipertextualidad, multimedialidad e interactividad como actores emergentes de los contenidos digitales.
3. Conocer los modelos de producción textual, surgidos a raíz del uso de Internet y las nuevas tecnologías como entornos colaborativos de aprendizaje y comunicación.
4. Identificar al consumidor en la era digital «prosumidor» como agentes productores de información y contenido interactivo.

Mapa conceptual



Contenidos

4. Teorías y paradigmas en los contenidos digitales

4.1. Los contenidos digitales, nuevos formatos para la comunicación

La evolución de la comunicación en los últimos años ha sido demoledora. El papel de la imagen analógica como medio de difusión ha quedado relegado a un segundo plano, dejando paso a las pantallas y a la producción de contenidos digitales, interactivos y multimedia. La intrusión de la convergencia mediática ha producido cambios notables, sobre todo, tras la aparición de Internet y el desarrollo de las telecomunicaciones. Según Negroponte (1997), este término designaba el proceso de solapamiento de medios y contenidos a raíz del nacimiento de la tecnología digital. Por su parte, Salaverría (2009) señala que hay que identificar al menos, tres grandes abordajes teóricos en el momento de definir la convergencia mediática:

- Como una confluencia tecnológica.
- Como un sistema.
- Como un proceso.

Por otro lado, indica que existen tres áreas de convergencia basadas en los aparatos, las redes y el contenido. En el caso de Gordon (2000), manifiesta que hay cinco tipos de convergencia: la de propiedad, la táctica, la estructural, la de recolección informativa y la narrativa. Por último, Jenkins (2006), estudioso actual sobre la temática, establece cinco modelos: la tecnológica, la económica, la social u orgánica, la cultural y la global.

Por otro lado, según Rabajoli (2012), tres son los conceptos que explican la convergencia:

- Convergencia mediática: el contenido circula por distintas plataformas.
- Cultura participativa: se refuerza el concepto de prosumidor. El consumo, actualmente, se caracteriza por comentar, opinar y participar a través de la producción de contenidos.

- Inteligencia colectiva: todos aportan su parte, creando contenidos nuevos.

Según Vivar-Zurita y Vinader-Segura (2011), los contenidos digitales son «todos aquellos que estén disponibles en formato digital, independientemente de si lo estuvieran en su origen o no. De esta manera, la industria de los contenidos digitales comprendería a todas aquellas empresas que basen su negocio en la comercialización de contenidos, con independencia de su finalidad (informativa o de ocio), que se presentan en un formato digital». Asimismo, señalan que la industria de los contenidos digitales engloban cinco sectores tradicionales:

televisión, cine, música, publicidad y videojuegos.

El nuevo modelo de comunicación digital ha propiciado cambios, rompiendo las relaciones asimétricas entre el productor de contenidos y el usuario. El usuario se convierte en desarrollador; el observador en creador; el seguidor en líder; el consumidor en productor; el público en jugador; el lector en narrador de historias; el oyente pasivo a locutor activo; y el sujeto en participante. Sin duda, este cambio de roles provocan una modificación en los hábitos de consumo, generando una incesante demanda de contenidos por parte del individuo (Soep, 2012).

Hay que destacar que, a lo largo de los últimos tiempos, el entorno comunicativo, en el que convivíamos, ha sufrido multiplicidad de cambios. El nacimiento de las narrativas digitales han posibilitado la interacción entre el usuario y la interfaz, implicando de igual forma al individuo en la coparticipación narrativa, dialógica o accional hacia los géneros interactivos (Álvarez, 2012). El avance de la comunicación con ayuda de las plataformas digitales como Internet, ha ofrecido la posibilidad de interacción entre los consumidores. De esta forma, el creciente desarrollo y evolución que están recayendo en el entorno comunicativo que conocíamos, está siendo estudiado, cada vez con mayor hincapié, por los investigadores y productores con el fin de idear nuevas formas de producción audiovisual digital.

A nivel de producción, los nuevos temas de interés, suscitados por la audiencia, están desarrollados a través de una estructura narrativa, donde convergen múltiples plataformas tecnológicas. Además, surgen nuevos medios de comunicación como es la televisión digital interactiva, los teléfonos móviles, los ordenadores y los videojuegos en red.

El uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como métodos de aprendizaje ha dejado en evidencia una reformulación del panorama educativo, donde los docentes y el propio sistema, deben

replantearse nuevos espacios formativos, nuevos contenidos y una metodología más propia ligada al nuevo ecosistema comunicativo y digital. Con estos cambios, la escuela podrá garantizar una educación y formación de calidad, de forma que se instauren las premisas necesarias para la incorporación de los contenidos educativos digitales en el aula. En este sentido, los recursos digitales son necesarios para integrar la tecnología en el aula. Este nuevo concepto de aprendizaje permite plantear actividades de aprendizaje en línea, accediendo a la información de acuerdo a las necesidades de los alumnos. Además, el cambio de paradigma conlleva a fortalecer los conocimientos del individuo, estableciendo intercambios de información entre unos y otros basado en el conocimiento compartido.

4.2. Hipertextualidad, multimedialidad e interactividad

El término de narrativa hace referencia a las diversas formas existentes del lenguaje cuyo fin es contar historias. En la actualidad, se habla de narrativas digitales y metarelatos, desarrollados y elaborados gracias a las Tecnologías Digitales de la Información y la Comunicación (TIC). La tecnología ha dado lugar a un nuevo ecosistema, ofreciendo la posibilidad de crear y representar la realidad a través de un modelo narrativo, donde las imágenes, el sonido y las palabras han cobrado un rol notorio. La narrativa digital conocida como objeto virtual, está compuesta por dos dimensiones: por un lado, una técnica desarrollada a través de un modelo, englobándose pequeños relatos producidos con la ayuda de las nuevas tecnologías. Por otro lado, una dimensión de carácter estético, donde se exhibe el resultado de cada relato de forma específica y sus posibilidades de interacción con otros relatos simultáneamente.

Internet y en su defecto, la Web, se ha convertido en un repositorio capaz de integrar el conocimiento humano a través del uso de los signos (palabras, sonidos e imágenes), convirtiéndose en una gran posibilidad de alojar los imaginarios de cada individuo. En este sentido, este nuevo entorno hay que analizarlo, desde el punto de vista mediático, a través de dos perspectivas: por un lado, funciona como vehículo de contenido de las tecnologías antecesoras, adaptándose a los nuevos enfoques tecnológicos; y por otro lado, la multiplicidad de páginas web posibilita la consolidación de un modelo único de interacción (Torres-Parra, 2007).

En suma, el ascenso paulatino de las nuevas tecnologías ha provocado una verdadera revolución en la sociedad actual, hasta tal punto que la comunicación ha resultado afectada a nivel estructural y de contenidos. En el presente, la construcción de los mensajes se caracteriza por la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad.

Hipertextualidad

El hipertexto es representado como estructura no lineal y despliega la posibilidad de múltiples recorridos alternativos en la apropiación del conocimiento. Además, se alza como una estructura de metaprendizaje en el sentido, que permite estudiar las rutas utilizadas por cada sujeto en su propio aprendizaje. En este sentido, esta nueva reformulación como ambiente de aprendizaje, donde el cognitivismo ocupa un papel importante, implica reconsiderar la enseñanza como objeto central de la pedagogía y considerar al sujeto como aprendiz del conocimiento de la vida, los problemas y las estructuras comprensivas y existenciales de la sociedad del conocimiento. Por lo tanto, el hipertexto se convierte en un contexto propicio de exploración, donde al sujeto le interesa conocer y probar las hipótesis de aprendizaje, habilidades y estrategias cognitivas (Ortiz, 2010).

Por otro lado, hay que hacer hincapié en el concepto de intertextualidad, definida como los elementos que fundamentan al texto, otorgándole continuidad de sentido, coherencia y activación del conocimiento. Y de igual modo, hay que resaltar otro concepto que es el de hipermedia, identificado como una evolución del hipertexto y es definido como multimedia interactiva, donde convergen los medios audiovisuales de diferentes características con el fin de interactuar con el usuario. De este modo, se entiende como un espacio de interacción y de mediaciones, cuya capacidad es construir comunidades virtuales. De esta forma, el hipermedia se alza como una nueva forma narrativa, la cual pretende aunar teoría y práctica mediante la creación de modelos basados en la narrativa audiovisual. Además, pretender acercar los resultados del proceso creativo de guionización y preproducción a través de simulaciones virtuales. Por lo tanto, desde el punto de vista formativo, esta nueva narrativa aspira a convertirse en una disciplina educativa para transmitir un conjunto de conocimientos teóricos-prácticos, capacitando al alumnado en la construcción y deconstrucción de los relatos (Moreno-Sánchez, 1996).

Por otro lado, el concepto de narrativa hipermedia, identificado con la unión entre el texto y los elementos multimedia como son el sonido o la imagen. En este sentido, existen unas series de estrategias de trasgresión utilizadas en los relatos hipermedia. Por un lado, la secuencia, donde la narración está estructurada de acorde a una secuencia cronológica de la historia y el discurso simultáneamente en el caso de los films o los cómics.

Sin embargo, los discursos hipertextuales se estructuran por una secuencia narrativa anacrónica en la que la historia no mantiene un orden sucesivo y tampoco coincide con el tiempo del discurso, manteniéndose el flujo narrativo recogido en las imágenes (videojuegos o videoclips). Por otro lado, el autor, en los relatos hipermedia el autor no tiene una presencia clara en el relato, consiguiendo ser confundido con el narrador. Y por último, el espacio lector,

que trata de hacer partícipe al usuario en la trama a partir de la toma propia de decisiones, configurando su propia historia.

La narrativa hipertextual se ha convertido en una apuesta, donde las múltiples voces que convergen en torno al nuevo panorama comunicativo, cuentan simultáneamente relatos sobre hechos, acontecimientos y situaciones con una estructura abierta y flexible. En este sentido, el hipertexto propone una comunicabilidad infinita, cargada de posibilidades expresivas y nuevas formas de conocimiento (Palacio, 2010). La narrativa hipertextual o la hiperficción son narraciones compuestas por un conjunto bien conformado de fragmentos de texto (hipertexto), relacionado entre sí por enlaces. Se caracteriza por la presencia de un lector activo, hasta tal punto de poder cambiar los roles entre emisor y receptor. Son múltiples los ejemplos que podemos encontrar actualmente en la red (Pajares-Toska, 1997). Además, presenta contenidos abiertos, dependientes de las elecciones del usuario y sin una estructura central, ofreciendo la posibilidad de seleccionar entre las múltiples variantes digitales posibles:

- Hiperficción constructiva o escritura colaborativa: el lector puede modificar la historia a través de la autonomía compartida por varios usuarios.
- Hiperficción explorativa: conformada por un solo autor pero ofrece al usuario escoger qué nexos establecer en cada momento.

La perspectiva hipertextual establece y propone una forma de leer y afrontar la interpretación de los textos digitales con el único fin de generar conexiones, que revelen matices en el tratamiento de los enfoques, asuntos y componentes temáticos. De esta forma, Mendoza (2010) señala que el concepto de hipertexto mantiene una posición notoria en la narrativa, gracias a los soportes electrónicos, aportando información detallada para conocer, re-conocer y comprobar las posibles vinculaciones con las nuevas narrativas. Las narrativas hipertextuales se caracterizan por las siguientes anotaciones:

- Su función central es la necesidad de construir sistemas de representación, explicación y análisis a través de una compleja red de relaciones perceptivas.
- El lenguaje es más espacial que temporal, debido a su composición por fragmentos discontinuos y no lineales.
- El narrador se convierte en un organizador capaz de compilar las narrativas hasta el punto de intertextualizarlas.
- La expresión narrativa está configurada respecto al poder de la imagen, cumpliendo una función narrativa y descriptiva.
- La palabra tiene una función explicativa, integrándose estímulos determinados como el sonido, las imágenes y los pequeños textos.

- Las producciones integran el proceso creativo y receptivo en un mismo espacio de representación, participación y juego.
- Los materiales contribuye a aportar significados.
- Permite alternar la analepsis y la prolepsis, posibilitando los movimientos narrativos en el tiempo.
- Las dimensiones tecnológicas establece comunicaciones participativas.
- Conduce a la virtualidad del mundo y sus múltiples realidades.

En el momento de creación de un hipertexto, el usuario se verá sometido a gestionar los conocimientos, así como las facilidades que le otorgan los contenidos hipertextuales, pudiendo subrayar las siguientes cualidades:

- La función del usuario en un hipertexto basado en narrativas es el de narrar y describir el mundo.
- El usuario se convierte en un oyente de proposiciones y observador de realidad, contando los hechos un espacio y tiempo definidos. Además, identifica a los protagonistas del relato, construyendo mundos coherentes.
- Se requiere proponer proyectos basados en esquemas de representación e imaginación, a partir de los cuales se establecen diálogos, dialécticas y conexiones.
- Se espera que los relatos sean contruidos por múltiples usuarios haciendo uso de la inteligencia colectiva.
- El usuario debe aportar características reflexivas en busca de los significados de la narrativa, logrando la autoidentificación, que es el modo de escritura diferenciado por la búsqueda de su propia identidad.

Multimedialidad

La tecnología multimedia es considerada como una nueva herramienta informática, importante para el desarrollo de una correcta narrativa digital. Caracterizada por ser un recurso tecnológico/comunicativo es capaz de integrar textos, imágenes (estáticas o dinámicas), sonidos y voz en un mismo entorno. De este modo, la integración y multiplicidad de las TIC y los instrumentos narrativos, han conseguido crear una gran diversidad de documentos como por ejemplo tutoriales de asignaturas, libros electrónicos, enciclopedias, entornos colaborativos, etc. En esta misma línea y a nivel académico, hay que destacar que ya solo no es el profesor el que se encarga de dirigir los programas multimedia, sino que el alumno tienen las habilidades necesarias para navegar por las diferentes opciones que le proporciona el soporte (García, 1998).

El concepto de multimedia surge de la combinación de sonido, gráficos y animación. Se aplica a los trabajos artísticos que mezclan diferentes medios conocido como multimedia interactivo. En este sentido, este término englobado alrededor de la narrativa se encuentra vinculado a la revolución hipermedia,

donde los medios interactivos comienzan a ocupar un papel importante en la sociedad (Moreno-Sánchez, 1996). La multimedialidad es una de las características menos estudiadas por su menor desarrollo en el nuevo lenguaje audiovisual.

Por otro lado, el discurso multimedia no se trata solo de un producto tecnológico, sino que se caracteriza por su intervención con el lector. De este modo, Noci (2008) define la multimedialidad como

«la integración informática de varios medios o códigos expresivos en el interior de un mismo texto».

En la misma línea teórica, el concepto de multimedia se presenta como una combinación e integración de múltiples medios y tipos de información (textual, icónica, sonora, datos, etc.), tratando de describir una realidad emergente.

Hay que destacar que, para que un mensaje sea considerado multimedia, los diferentes lenguajes que componen el discurso digital no deben estar yuxtapuestos, sino integrados. Los métodos de evaluación para la multimedialidad son escasos pero concentrados. Por lo tanto, Cebrián (2005) señala un sistema de evaluación basado en las siguientes premisas:

- Calidad de pantallas
- Calidad de interactividad
- Valores estéticos
- Calidad del dialogo entre el usuario y el sistema informático
- Calidad técnica de concepción y realización
- Facilidad de manejo
- Pertinencia de la elección de la configuración en relación el con el objetivo de la información

A pesar de tratarse de un modelo evaluativo subjetivo, se convierte en una de las mejores formas para medir el grado de calidad de los elementos multimedia, inmersos en los relatos.

Interactividad

Según Orihuela (1997), se entiende como interactivo «un modelo de comunicación en el cual los papeles de emisor y receptor resultan

intercambiables, accediendo ambos en las mismas condiciones materiales al canal y compartiendo la misma situación temporal». Por su parte, Sábada (2000) define la interactividad como

«la potencialidad de un sistema tecnológico de favorecer procesos comunicativos eficientes al permitir la presencia de elementos que hacen análoga la comunicación mediada por la tecnología al diálogo».

Asimismo, distingue entre la comunicación entre un usuario y un ordenador y la comunicación entre personas. En la misma línea de estudio, hay que destacar que existen dos tipos de interactividad: por un lado, la selectiva, interaccionando con los contenidos; por otro lado la comunicativa, interaccionando entre individuos; y por último, una combinación de ambas, estableciéndose una interacción entre los contenidos y los individuos. Basándonos en estas afirmaciones, hay que recalcar el vertiginoso crecimiento de los soportes y contenidos digitales, consiguiendo que surja un nuevo modelo narrativo, caracterizado por la creciente participación del usuario en el proceso de construcción del discurso. Por lo tanto, el narrador se alza como un elemento de modificación de los contenidos.

Por otro lado, la interactividad se puede medir a partir de tres criterios: el tiempo de respuesta, la calidad de los resultados y la complejidad del diálogo. En este sentido, a mejor tiempo de respuesta, mayor será el grado de interactividad, así como a cuanto más complejo el sistema, se obtendrán mejores resultados en la interacción interpersonal. Por lo tanto, según estos criterios, el grado de interactividad se clasifica en tres niveles (Noci, 2008):

- Baja complejidad: sistemas basados en la selección de respuesta por parte del usuario a través de un menú de opciones.
- Alta complejidad: sistemas que tienen en cuenta las informaciones suministradas por los usuarios para proponerles nuevas situaciones y respuestas.
- Complejidad intermedia: sistemas que permiten la comunicación entre los usuarios a través del intercambio de mensajes.

Sin duda, el desafío más candente que presenta la narración interactiva está relacionado con la necesidad de ofrecer al usuario cierto grado de control sobre la historia. Asimismo, su estructura abierta favorece que la historia esté conformada por múltiples comienzos y finales, aglutinando un modelo estructural complejo basado en funciones específicas (desarrollo de tramas, planteamiento de diálogos, resoluciones, etc) o aplicaciones dominantes (juegos interactivos, materiales educativos, escritura de guiones, etc.). De este modo, la estructuración y las tipologías de los modelos quedan representadas de la siguiente manera (Tabla 1):

Modelo	Concepto	Uso
Lineal	Sucesión predeterminada de escenas	Set up/backstory
Lineal con ramificación de escenas	Elección de algunas escenas alternativas en una búsqueda lineal	Educativo
Ramificación jerárquica	Fractura de la linealidad y dirección de la historia en manos del usuario	Finales/diálogos
Líneas paralelas	Múltiples versiones de la misma historia, desarrolladas simultáneamente	Desarrollo
Collar de perlas	Conjunto de estructuras unidas por tareas	Desarrollo
Entorno de estado variable	El entorno responde a las acciones de los usuarios y se modifica en función de sus decisiones anteriores	Motores narrativos

Tabla 1: Estructuración y tipologías de la narración interactiva

Por otro lado, en unidades anteriores estudiamos el desarrollo de los videojuegos análogos hasta la inserción de los contenidos y la narrativa digital. En este sentido, este tipo de soporte se convierte en el ejemplo más notorio de las narraciones interactivas, estableciéndose una serie de géneros:

- Aventuras-acción (Mortal Kombat): la narración surge en la medida que el juego se desarrolla.
- Aventuras-mundo (Myst): se conforma a través de múltiples unidades narrativas articuladas en una red sin secuencia predeterminada de lectura, siendo el mismo usuario el encargado de descubrirlas a medida que explora el mundo virtual.
- Narrativas de varios jugadores (NetTreck): ofrece al usuario la posibilidad de interactuar en un mismo mundo virtual.
- Narrativas de historias paralelas (narrativas cinemáticas): se trata de la articulación de múltiples historias lineales, cuyo objetivo es seleccionar los puntos de vista alternativos a partir de los personajes implicados.
- Narrativas de entornos de estado variable (Blockbuster): fusión de los modelos anteriores. El mundo virtual se conforma a partir de las decisiones tomadas por los usuarios.

La interactividad se conforma como uno de los elementos del hipermedia, consiguiendo alcanzar diferentes objetivos como como es el entretenimiento, la educación, información y habilidades de aprendizaje. De este modo, los autores hipermedia crean un sistema de reglas, que permiten una serie de interacciones, desarrollando un contexto narrativo, donde los usuarios experimentan la interactividad en sus diferentes formas (selectiva, transformativa o constructiva). Las interacciones selectivas permiten al usuario elegir sobre las diferentes opciones ofrecidas; por su parte, las interacciones transformativas ofrecen al usuario la posibilidad de cambiar alguna de las parte dentro del sistema; por último, las interacciones constructivas, convierten al usuario en autor del producto a través de la transmisión de experiencias objetos, acciones y personajes. En suma, este tipo

de interacciones permite generar una serie de pautas con el fin que éstos, consigan realizar las mejores elecciones creativas (Fernández, 2009).

Por otro lado, existen una serie de relaciones de interacción que convergen alrededor de las emociones y los valores. En relación a la primera acepción, se puede destacar que el tipo de interacción más atractivo en relación con las emociones es cualquiera de las que se han apuntado anteriormente, mientras que sirvan para satisfacer las expectativas del usuario. De esta forma, el videojuego, como modelo emergente, trata de presentar los aspectos narrativos que la audiencia indica como los más interesantes, mediante sus interacciones, opiniones y emociones. Por su parte, concerniente a la segunda acepción relacionada con los valores, el tipo de interacción más conocido es las constructivas, caracterizado por ofrecer multiplicidad de posibilidades para participar en la activación de acciones positivas o negativas durante la experiencia del juego. En definitiva, esta serie de representaciones parte de la necesidad de motivar al usuario para que interactúe con los elementos hipermedia, trayendo consigo consecuencias positivas y negativas, basadas en las reglas y leyes del espacio audiovisual.

4.3. Modelos de producción textual

El creciente interés por las narrativas digitales e interactivas está vinculado a la inclinación del público por la participación y la interacción con el video en la red; la aparición de los nuevos espacios de transmisión; y la voluntad por experimentar con las narrativas online.

La televisión ha sido, sin duda, el medio de comunicación que más repercusiones ha sufrido por la inclusión de la convergencia mediática. La narrativa audiovisual se ha visto mermada por el uso de los contenidos digitales. Además, Internet se ha alzado como el nuevo medio de difusión y producción de contenidos.

En este sentido, las antiguas historias o relatos transmitidos a través del televisor han quedado relegados a un segundo plano, donde la ficción y los contenidos interactivos y multimedia han ocupado un papel importante en el progreso de la narrativa. Además, comienzan a crearse contenidos exclusivamente para la Web como es el caso de webseries. Éstas, pueden distinguirse de tres formas según su grado de interacción: por un lado, las tradicionales, que son aquellas que descienden de la ficción televisiva con un tratamiento audiovisual sencillo; por otro lado, los videoblogs, producciones realizadas a través del uso de una cámara estática, donde el protagonista es

quien narra la historia; y por último, las webseries interactivas, identificadas por el uso de las tecnologías digitales y la participación del usuario en la configuración de la trama (Morales Morante & Hernández, 2012).

El uso emergente de las tecnologías digitales junto con la utilización de la imagen como instrumento principal para contar historias a través de Internet, ha provocado que los medios de comunicación hayan sufrido transformaciones en la producción, distribución y consumo de los productos culturales. La multiplicación de los sitios Web como Flickr, Google Video, Vimeo, YouTube, Dalealplay, entre otros, ofrece a cualquier usuario producir y consumir contenido audiovisual (Ardèvol & San-Cornelio, 2007). Además, este espacio se convierte en un entorno de interacción social y de comunicación directa entre los diferentes individuos. De este modo, a este tipo de herramientas se les suman nuevos soportes, como los blogs, wikis o redes sociales, consiguiendo entretejer un conjunto de imágenes, sonido, video, texto y relaciones sociales, transformando las reglas de producción cultural. La conjunción de la narrativa digital y los entornos de colaboración online se han convertido en el tándem perfecto para utilizar en el proceso de aprendizaje de los estudiantes, caracterizado de este modo por la inmaterialidad, interactividad, instantaneidad, digitalización, interconexión, diversidad e innovación. Asimismo, esta simbiosis ofrece al alumno establecer el ritmo, la cantidad, la profundización de la información, y la elección del tipo de código que quiere establecer. Por lo tanto, el uso de la narrativa audiovisual en el contexto digital ayuda a la estimulación del estudiante, activando su aprendizaje y creando riqueza alrededor del contexto (Gértrudix Barrio, 2007).

Por otro lado, la narrativa audiovisual ha sido reestructurada tanto en modalidad como en pensamiento, organizándose a través del uso de los contenidos digitales. La narrativa digital se ha constituido como una técnica de reflexión y autoevaluación en referencia a la participación e implicación en los procesos de aprendizaje. Los relatos necesitan ser narrados y el usuario requiere de ayuda para comprender la realidad que le rodea.

A nivel escolar, la narrativa digital se convierte en narrativa creativa y crítica, caracterizada por la construcción de historias que recojan los conocimientos y vivencias relacionados con el ambiente educativo.

En esta línea de estudio, hay que señalar un formato, que como bien apunta Gorospe y Cuenca (2009), es decisivo para convertir al alumno en autor y sujeto de su propio proceso de indagación. En este sentido, la autoetnografía es una herramienta con la que el usuario describe la escena cultural en la que participan, haciendo uso de texto, sonido, imágenes en movimiento, etc. Asimismo, esta narrativa se caracteriza por el significado de los hechos, sus repeticiones y sus intenciones; las múltiples voces de las personas implicadas; y por su acción social.

El vertiginoso cambio producido, también, ha afectado a las formas de enseñanza, obligándoles a incluir las tecnologías en el aula. Según González (2012), la escuela o la universidad no debe, ni puede estar aislada de la sociedad, ya que debe estar a su servicio. Por lo tanto, el uso de los nuevos soportes narrativos, vislumbran una posibilidad de incorporar actividades a nivel académico, que obliguen a reflexionar tanto al alumnado como el profesor, de cómo consumir y crear contenidos interactivos. Hay que destacar que, es necesario comprender y conocer el uso correcto de las TIC como herramientas educativas. En este sentido, existen una serie de soportes digitales, que actuarán como lanzaderas y que ayudan a proporcionar las capacidades adecuadas del alumnado en relación al desarrollo de nuevas narrativas digitales.

Según Silva Robles y otros (2012), la proliferación de nuevos sistemas de difusión (móviles, tablets, etc.) se erigen como interesantes plataformas para distribuir los contenidos digitales por su doble vertiente. Por un lado, permite que el usuario experimente una mayor participación y programación a la carta; y por otro lado, los productores y emisores pueden gestionar nuevas ideas narrativas.

Sin duda, hay que ser capaz de transformar los modelos analógicos hasta modelos digitales, convirtiéndose en productos atractivos para el consumidor.

La consecución del presente ecosistema ayuda a que el usuario consiga una serie de habilidades específicas como por ejemplo aprender a buscar, manipular y contrastar información, y participar y cooperar de manera activa en la producción de los contenidos. Su naturaleza dinámica y flexible, posibilita que las actividades formativas y de aprendizaje, garanticen el máximo uso y utilidad de los contenidos por parte de los usuarios. Por lo tanto, el uso de los contenidos digitales en torno al desarrollo de nuevas narrativas debe (López, 2013):

- Presentar una estructura relacional, permitiendo al usuario navegar y conseguir acceder a la multiplicidad de recursos que ofrece Internet.
- Organizar unidades pequeñas con formatos atractivos y simples de comprender.

- Mezclar los diversos recursos que te ofrece la Web con el fin de favorecer la comprensión y apropiación de la historia.
- Incluir ejemplos a la realidad del usuario.

Por último, concerniente al uso de estas teorías en el ámbito educativo, sin duda, es recomendable la construcción de contenidos hipertextuales e interactivos en el aula. Los diseños educativos basados en el concepto de multimedialidad están inspirados en teorías cognitivistas y didácticas. En suma, los antiguos modelos de producción se ven expuestos al desarrollo y transformación causada por la convergencia mediática. El cambio digital supone una revolución en las nuevas formas de comunicar y aprender.

4.4. El consumidor en la era digital: el prosumidor

La alfabetización mediática tiene como objetivo fomentar el entendimiento intercultural a través de los nuevos medios de comunicación. Los medios tradicionales siempre se han caracterizado por la producción y distribución de la información, sin embargo, los medios digitales se distinguen por su autonomía en los procesos de distribución, descentralización, colaboración y promoción del conocimiento. Por lo tanto, el nuevo ecosistema digital se identifica por la interacción entre los usuarios de forma colaborativa y emergente. Por su parte, en el ámbito educativo, los relatos y/o narrativas que producían los jóvenes en el aula solo podían ser debatidos y compartidos en clase pero sin duda, el desarrollo de las nuevas tecnologías y la incorporación de nuevas TIC, han revolucionado por completo esta dinámica, provocando el intercambio de productos mediáticos y el diálogo de forma interactiva a través de los medios digitales (Dezuanni & Monroy-Hernández, 2012).

Las tecnologías de colaboración masiva se han convertido en el punto de encuentro de los nuevos consumidores digitales, permitiéndoles funcionar y progresar. Según Castell (2001), la revolución de las tecnologías de la información se ha transformado en un hito tan importante como fue la revolución industrial del siglo XVIII. Por lo tanto, para comprender la evolución del nuevo término social, es importante comprender las transformaciones relacionadas entre productor-consumidor-sociedad, donde las nuevas tecnologías se han alzado como un instrumento fundamental para dicha relación. Por ende, la revolución digital ha provocado un gran impacto, induciendo múltiples cambios en el ecosistema comunicativo, donde la alfabetización mediática es necesaria (Erstad, 2010). En suma, una persona correctamente alfabetizada puede descodificar, evaluar, analizar y producir medios electrónicos, ya que es capaz de entender los significados del nuevo mundo narrativo:

- Cultura de participación: nuevas formas de participar y compartir información.
- Acceso a la información: con la introducción de Internet se ha favorecido el acceso a la información.

- Posibilidades de comunicación: nacen múltiples formas de desarrollo comunicativo.
- Producción de contenidos: los usuarios tienen la oportunidad de ser productores de contenidos.

Por otro lado, la generación digital está experimentando una serie de cambios en relación, al procesamiento y acceso a la información, como es el hecho de conectarse sincrónica y globalmente a los medios de comunicación. La necesidad de un aprendizaje interactivo, así como la comprensión y aprendizaje autónomo, ha generado la aparición de los conocidos «inforvoros». Estos se caracterizan por aquellos organismos que consumen información para existir. Los jóvenes optan por la tecnología como medio de vida, así como es el caso de los conocidos «nativos digitales», jóvenes inmersos en las pantallas audiovisuales, favoreciendo a una brecha digital entre las actuales generaciones y las anteriores (Ortiz, 2015). En este sentido, también hay que hacer referencia a los «inmigrantes digitales», que son aquellos que han tenido que adaptarse al nuevo entorno. Por lo tanto, los cambios más destacables se pueden observar en las diferencias cognitivas de la sociedad digital, así como en su comportamiento y en las formas de aprender y comunicar. Según Torres y Vivas (2009), las características más notables de los «nativos digitales» incluyen: competencias digitales, aprendizaje experiencial y activo, interactividad y colaboración, e inmediatez y conectividad.

Hay que destacar que, la generación digital ha conformado nuevos hábitos de consumo, nuevos estilos de vida y nuevas formas expresivas de comunicación, ofreciendo la oportunidad de convertir a los espectadores en los creadores del propio contenido: «prosumidores».

El término «prosumidor» fue instaurado por McLuhan y Nevitt (1972) y ha conseguido evolucionar hasta la esfera de las redes sociales, fortaleciéndose a raíz de la convergencia entre los medios tradicionales y los nuevos medios de comunicación. En la actualidad, el «prosumidor» mediático produce y consume información, asumiendo un papel importante en el nuevo paradigma de la cultura participativa (Islas-Carmona, 2008). En este sentido, este nuevo ciudadano posee una serie de competencias, que le permite realizar una sucesión de acciones como consumidor de medios y recursos audiovisuales, y como productor y creador de mensajes. En suma, según García-Ruiz & al., (2014) el perfil ideal de este nuevo individuo es aquel que sepa organizar los recursos necesarios para generar contenido creativo e innovador. Asimismo, debe ser un revisor crítico de los contenidos elaborados y observar el proceso de producción y emisión de los mensajes. Otra de las cualidades intrínsecas que debe poseer es la de convertirse en manipulador de las herramientas tecnológicas, adaptadas a los nuevos medios de comunicación y los nuevos

productos mediáticos. Por último, ser un buen dinamizador de la comunicación y la interacción entre emisores y receptores, favoreciendo la participación democrática y la calidad del producto. Sin duda, los «prosumidores» son conscientes del valor de la información, estableciéndose diferencias significativas con la información tradicional.

Según Fernández-Beaumont (2010), «el viejo consumidor de medios es pasivo, predecible y aislado; mientras que el nuevo es activo, migratorio, está conectado socialmente, es ruidoso y público».

Por su parte, Toffler (1980), señala que el «prosumidor» es la figura intermedia entre productor y consumidor. Asimismo, en el desarrollo de sus estudios resaltaba que en primera instancia, la sociedad consumía lo que ellas mismas producían. Sin embargo, con la llegada de la revolución industrial los roles sociales se transfiguraron, estableciendo una progresiva transgresión entre las líneas que separan al productor del consumidor. Con el nacimiento de la Web 2.0, las premisas del autor se convirtieron en una realidad, mediante la consolidación de nuevas estructuras narrativas y estrategias socio-comunicativas, basadas en la difusión y creación de Contenidos Generados por los Usuarios (CGU). El CGU comprende los múltiples formatos de contenidos disponibles en las plataformas online, creados y distribuidos por la sociedad (Fernández Castrillo, 2014). El término Web 2.0, según Nafría (2007) es «una nueva manera de ofrecer servicios en Internet gracias a la suma y combinación de diversas tecnologías que permiten utilizar la red como una plataforma de aplicaciones, lo que abre grandes posibilidades creativas». Este nuevo panorama digital con el uso de Internet ha permitido la colaboración y participación de los múltiples usuarios que conforman la red, implicando un cambio en los modelos de interacción y relaciones entre los participantes.

Los espectadores ya no se sitúan frente a las pantallas de forma pasiva, sino que se convierten en una audiencia activa en busca de información, inquietados por la creación de nuevas formas narrativas. La irrupción de los nuevos dispositivos digitales genera que los espectadores los utilicen para componer contenidos, aportando sus propias experiencias. Además, reinterpretan los mensajes y promueven nuevos espacios comunicativos (Youtube, Wikis, Blogs, etc). El espectador de los medios digitales puede asumir tres tipos de funciones en relación con su implicación con el contenido. Por un lado, el de difusión a través de Internet; por otro lado, interpretación, generando comunidades de fans o foros de debates; y por último, el de creación de nuevos relatos (Lastra, 2016). Por su parte, Hayes (2007) instauro cinco perfiles de participación en relación a la comunidad digital: el consumidor, que hace una lectura pasiva de los contenidos; el distribuidor, que envía información; el crítico, que realiza comentarios públicos; el editor, que mezcla y edita a partir de los elementos creados; y el creador, que plantea el contenido original.

Por otro lado, existe un caso en el que el «prosumidor», relacionado con las series de ficción y la narrativa audiovisual, converge hacia la satisfacción personal de crear un producto propio basado en el mundo narrativo: los fans. Este término según Grandío (2015), «se presentan generalmente como complemento al enriquecimiento de la imaginación y escapismo propios de los mundos de la fantasía». El alzamiento de Internet ha provocado que las relaciones de los fans hayan sido modificadas, a partir del hecho de querer mostrar al resto de la comunidad una parte de la historia que antes no existía, ayudando a mejorar la comprensión narrativa. Por lo tanto, este tipo de perfil se caracteriza por reunir, intercambiar y formular información, creando nuevas historias y recibiendo un feedback sobre el relato construido. En la misma línea de estudio, se puede destacar diferentes tipos de contenidos forjados por el usuario como pueden ser los fanvids (videos creados por fans), fanfics (relatos de ficción), fanart (ilustraciones basadas en el mundo narrativo), musicafilk (música creada sobre un mundo narrativo), entre otros. De este modo, Scolari (2013) propone una serie de tipologías textuales llevadas a cabo por esta comunidad:

- Sincronizaciones: reconstrucciones de los momentos más importantes de la historia a modo resumen.
- Recapitulaciones: resumen de los capítulos o temporadas anteriores.
- Parodias: creación de contenidos en forma de comedia.
- Finales alternativos: desenlaces de la historia diferentes a la serie original.
- Falsos avances y opning: videos mezclados que presentan una película o serie que no existe.
- Mashups: unión de dos o más mundos narrativos mezclando tramas, personajes, etc.
- Adaptaciones: contar la misma historia a través de un medio y con una estética diferente.

Por su parte, Jenkins (2010) incide en el significado de las creaciones de los usuarios, estableciendo las siguientes premisas para comprender los contenidos:

- Refocalización: en algunas ocasiones el personaje secundario cobra mayor importancia que el primario.
- Realineación moral: contenidos donde se cuestiona la moralidad del texto, intercambiando los papeles de protagonistas y antagonistas.
- Cambio de género: las historias son representadas en géneros diferentes, creando múltiples interpretaciones.
- Historias cruzadas: unión de diferentes mundos narrativos.

- Dislocación del personaje: situar al personaje original en un mundo narrativo diferente, mostrando sus variables reacciones frente a un nuevo escenario.
- Personalización: acercamiento entre ellos y sus personajes de ficción.
- Intensificación emocional: exploran la psicología en mayor profundidad desde el punto de vista del conflicto.
- Erotización: desean investigar la parte erótica de la personalidad de los personajes.

La educación mediática con base tecnológica es una asignatura pendiente en el currículo escolar para poder formar individuos participativos, creativos, libres, críticos y responsables. La alfabetización mediática se alza como modelo para favorecer los procesos de enseñanza y aprendizaje, tanto a nivel educativo, comunicativo y productivo.

De este modo, Sánchez y Contreras (2012) aseguran que los niños en su rol como «prosumidores» encuentran serias limitaciones, resaltando la escasa preparación que posee el sistema escolar y familiar para formarse como productores y consumidores simultáneamente.

Sin embargo, la incorporación de las competencias básicas a nivel educativo, han contribuido a la preparación y desarrollo de los que conocemos como «nativos digitales», a través de la adquisición de habilidades, destrezas y contenidos relacionados con el entorno digital. Los nativos digitales se caracterizan por el desarrollo de las competencias intelectuales y capacidades cognitivas, transformando las formas de pensar y procesar la información. Además, éstos se identifican por acceder a la información a partir de las fuentes digitales, dando prioridad a las imágenes y a la música por encima del texto. De igual forma, se distinguen por una serie de patrones de consumo como son el refuerzo del aislamiento físico; las actividades tecnológicas cada vez son de mayor duración; respuestas inmediatas y velocidad de reacción; y contenido multimedia (Gisbert, & Esteve, 2016). Ugalde y otros (2014) señalan que lo que se conocía anteriormente como nativo digital, ahora es el nuevo «prosumidor», encargado de crear nuevas narrativas en Youtube, añadir y descargar fotografías en Flickr, publicar y debatir noticias en Twitter, etc. En definitiva, son los encargados de crear y consumir los contenidos desde una doble vertiente, donde el intermediario como son las plataformas digitales, les ofrece la tecnología adecuada a sus necesidades.

Evaluación de la unidad

Metodología docente:

- Clases teóricas: Mediante la exposición oral del profesor, se expondrán los contenidos teóricos de la asignatura en modalidad on-line. Las clases son el punto de partida para el estudio, reflexión y análisis de cada uno de los temas propuestos.
- Clases prácticas: En estas clases el profesor aplicará modelos de análisis y comentarios narratológicos de textos y piezas seleccionadas, guiando a los estudiantes en la realización de las tareas que se les piden en los ejercicios de esta naturaleza.
- Tutorías: En ellas se aclararán dudas y orientará a los estudiantes acerca de los contenidos teóricos y/o prácticos que se desarrollarán en las diferentes actividades.
- Trabajo del alumnado: Estudio de los contenidos, y elaboración de los trabajos tanto teóricos como prácticos afines.
- Aula virtual. El seguimiento adecuado de la asignatura se apoyará a través de Blackboard, desde donde podrán acceder a los contenidos.

Evaluación de la asignatura:

Con el fin de evaluar al alumnado en la adquisición de conocimientos y competencias de la asignatura, se llevará a cabo un sistema de evaluación diversificado compuesto por las siguientes herramientas:

- Pruebas escritas: para medir las competencias relacionadas con la comprensión del conocimiento en la materia se realizarán exámenes tipo test, informes y diarios de clase o trabajos escritos.
- Pruebas orales: exposición oral de trabajos en clase, individuales o en grupo, sobre contenidos de la asignatura.
- Técnicas basadas en la asistencia y participación activa del alumno en clase. Es imprescindible la asistencia y participación en todas las actividades formativas en cada uno de los módulos que constituye la asignatura.

Bibliografía

- Álvarez, R. (2012). Tensiones de la narrativa serial en el nuevo sistema mediático. *Anàlisi*, 2, 51-65.
- Ardèvol, E., & San Cornelio, G. (2007). Si quieres vernos en acción: YouTube. com. Prácticas mediáticas y autoproducción en Internet. *Revista Chilena de Antropología Visual*, 10(3), 1-29.
- Castell, M. (2001). La era de la información. Madrid: Alianza Editorial.
- Cebrián-Herreros, M. (2005). *Información multimedia. Soportes, lenguaje y aplicaciones empresariales*. Madrid: Pearson.
- Dezuanni, M., & Monroy-Hernandez, A. (2012). «Prosumidores interculturales»: creación de medios digitales globales entre jóvenes. *Comunicar*, 38, 59-66.

- Erstad, O. (2010). Educating the digital generation. *Nordic Journal of Digital Literacy*, 5(01), 56-71.
- Fernández, J. M. (2009). Interacciones hipermedia y videojuegos. *Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes*, 7(1), 218-241.
- Fernández-Beaumont, J. (2010). Medios de comunicación, difusión de valores y alfabetización. In J.M. Pérez-Tornero (Coord.), *Alfabetización mediática y culturas digitales*. Sevilla: Universidad de Sevilla. (<https://goo.gl/5Fz5CL>) (2017-09-17).
- Fernández Castrillo, C. (2014). Prácticas transmedia en la era del prosumidor: Hacia una definición del Contenido Generado por el Usuario (CGU). *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 19, 53-67.
- Ferrer, J. R. (2010). La convergencia tecnológica: un estado de la cuestión. *Quaderns del CAC: Convergencia Tecnológica y Audiovisual*, 31, 32, 17-20.
- Freitas, C., & Castro, C. (2010). Narrativas audiovisuales y tecnologías interactivas. *Revista Estudios Culturales*, 3(5), 19-42.
- Galbe, J. M., & Espadas, J. F. (2016). El rol del prosumidor en la expansión narrativa transmedia de las historias de ficción en televisión: el caso de ‘El Ministerio del Tiempo’. *Index. Comunicación*, 6(2), 115-134.
- García, J. L. U. (1998). Tecnologías multimedia en el ámbito educativo. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (10), 47-53.
- García-Ruiz, R., Ramírez-García, A., & Rodríguez-Rosell, M. M. (2014). Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora. *Comunicar*, 43, 15-23.
- Gértrudix Barrio, M., Álvarez García, S., Galisteo del Valle, A., Gálvez de la Cuesta, M. D. C., & Gértrudix Barrio, F. (2007). Acciones de diseño y desarrollo de objetos educativos digitales: programas institucionales. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 4(1), 14-25.
- Gisbert, M., & Esteve, F. (2016). Digital Leaners: la competencia digital de los estudiantes universitarios. *La cuestión universitaria*, (7), 48-59.
- González, A. T. (2012). La utilización de los blogs como recurso educativo en el área de Lengua Castellana y Literatura. *Revista electrónica interuniversitaria de formación del profesorado*, 15(4), 127-137.
- Gordon, R. (2003). The Meanings and Implications of Convergence. In K. Kawamoto, *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*, Rowman & Littlefield Publishers.
- Gorospe, J. M. C., de Aberasturi Apraiz, E. J., & Cuenca, L. P. G. (2009). El e-portafolia en el proyecto elkarrikertuz: las narrativas audiovisuales en el aprendizaje de la cultura escolar y la formación inicial reflexivo. *Revista de Educación a Distancia*, 8, 1-16.
- Grandío, M., & Bonaut, J. (2012). Transmedia audiences and television fiction: A comparative approach between *Skins* (UK) and *El Barco* (Spain). *Participations*, 9(2), 558-574.
- Hayes, G. (2007). The myth of web 2.0 Non-Participation. *Personalize media* (<https://goo.gl/dvE9yj>) (2017-09-19)

- Islas-Carmona, J. O. (2008). El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. *Palabra clave*, 11, 29-39.
- Jenkins, H. (2003). Transmedia storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. (<https://goo.gl/L3Q36X>) (2017-09-19)
- Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Lastra, A. (2016). El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia. *Revista ICONO14*, 14(1), 71-94.
- López, M. M. (2013). De las TICs a las TACs: la importancia de crear contenidos educativos digitales. *DIM: Didáctica, Innovación y Multimedia*, (27), 1-15.
- Mendoza-Fillola, A. (2010). La lectura del hipertexto literario. El despliegue de referentes, conexiones e hipervínculos en la formación del lector. (p. 143-174). En A. Mendoza y C. Moreno-Romea (Eds.). *El lector ante la obra hipertextual*. Barcelona: Horsori.
- Morales-Morante, F., & Hernández, P. (2012). La webserie: convergencias y divergencias de un formato emergente de la narrativa en Red (<https://goo.gl/kTTqFH>) (2017-09-26).
- Nafría, I. (2007). *Web 2.0*. Madrid: Gestión 2000.
- Negroponte, N. (1995). *Being digital*. New York: A. A. Knopf.
- Noci, J. D. (2008). Definición teórica de las características del ciberperiodismo: elementos de la comunicación digital. *Doxa Comunicación*, 6, 53-91.
- Orihuela, J. L. (1997). Narraciones interactivas: el futuro no lineal de los relatos en la era digital. *Palabra clave*, 2, 37-46.
- Ortiz, R. R. (2010). Formación, hipertexto y ambientes de aprendizaje. *Revista Educación y Pedagogía*, 7(14y15), 178-196.
- Ortiz, R. A. O. (2015). El Prosumidor como creador de contenidos en el siglo XXI. *ADGNOSIS*, 2, 207-213.
- Pajares-Toska, S. (1997). Las posibilidades de la narrativa hipertextual. *Espéculo*, (6)
- Palacio, O. L. L. (2010). Las "narrativas" desde la hipertextualidad. Características, modelo y metodología a partir de la inteligencia sintiente. *Revista de Investigaciones UNAD*, 9(1), 55-74.
- Rabajoli, G. (2012). Recursos digitales para el aprendizaje. (<https://goo.gl/PRICZE>) (2017-09-26).
- Sádaba, M. R. (2000). Interactividad y comunidades virtuales en el entorno de la WorldWideWeb. *Comunicación y Sociedad*, 13(1), 139-166.
- Salaverría, R. (2009). Los medios de comunicación ante la convergencia digital. (<https://goo.gl/MuTy0I>) (2017-09-26).
- Sánchez, I. (1996). *La convergencia interactiva de medios: hacia la narración hipermedia*. (Tesis doctoral inédita). Madrid: Universidad Complutense.
- Sánchez, J. & Contreras, P. (2012). De cara al prosumidor. Producción y consumo empoderando a la ciudadanía 3.0. *Icono 14*, 10 (3), 62-84.
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto

- Silva-Robles, C., Elías-Zambrano, R., & Jiménez-Marín, G. (2012). Creatividad y producción audiovisual en la red: el caso de la serie andaluza Niña Repelente. *Fonseca, journal of communication*, 4, 1-22.
- Soep, E. (2012). Generación y recreación de contenidos digitales por los jóvenes: implicaciones para la alfabetización mediática. *Comunicar*, 19(38), 93-100.
- Torres-Parra, C. R. (2007). Hipermedia como narrativa web posibilidades desde la periferia. *Signo y Pensamiento*, 26(50), 148-159.
- Torres, F. C., & Vivas, G. P. M. (2009). Mitos, realidades y preguntas de investigación sobre los ‘nativos digitales’: una revisión. *Universitas Psychologica*, 8(2), 323-338.
- Ugalde, S., Cecilia, E., & González, C. R. (2014). Los nativos digitales y el uso limitado que dan a las herramientas tecnológicas. TIC.EC: Congreso Ecuatoriano de Tecnologías de la Información y Comunicaciones, 5, 23-29.
- Vivar-Zurita, H., & Vinader-Segura, R. (2011). El impulso de la industria de los contenidos digitales. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 16, 115-124.