

Narrativa Transmedia en Documental de No Ficción. “El Futuro Está en el Monte”

Danilo Gabriel Mettini⁽¹⁾

Resumen: El proyecto de documental transmedia de no ficción “El futuro está en el monte” tuvo como objetivo inicial comunicar, a partir de las características propias de las narrativas transmedia, los beneficios para los pobladores autóctonos y criollos del “Impenetrable chaqueño” de seguir viviendo en ese territorio y no migrar a centros urbanos. Un dispositivo transmedia se encuadra en la filosofía del impacto colectivo. Apunta a un objetivo claro: Identificar audiencias, construir una agenda común, conectar y desarrollar contenidos adecuados. El transmedia capta, los datos, genera nuevos escenarios a partir de los existentes, los narra y los sistematiza. El presente artículo presenta un análisis técnico expresivo del documental de no ficción y una revisión transversal de las características del mismo a partir de los postulados de Henry Jenkins, Carlos Scolari y Vicente Gosciola.

Palabras clave: Documental - estrategia de medios - lenguaje documental - proyecto áulico - transmedia.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 110]

⁽¹⁾ **Danilo Gabriel Mettini.** Magister en Comunicación Estratégica. Especialista en Comunicación Ambiental. Licenciado en Periodismo y Comunicación, Director del Complejo Multimedial de la Universidad Católica de Santa Fe. Docente en las Facultades de Filosofía y Humanidades, y Arquitectura de la UCSF. Productor audiovisual y Director de Televisión. Realizador de micro informes para la RAI 2. Premios Nacionales Martín Fierro, Santa Clara de Asís, Prensario y ATVC.

Introducción

El siguiente artículo propone un análisis técnico expresivo del documental transmedia de no ficción “El futuro está en el monte” (<https://elfuturoestaenelmonte.org>) ideado y realizado en el año 2015 por Melina Montti, Jesica García y Danilo Mettini para la Organización sin fines de lucro AVSI con origen en Italia, que realiza proyectos de cooperación al desarrollo y ayuda humanitaria en todo el mundo.

Revisaremos transversalmente las características del mencionado trabajo a la luz de las consideraciones que sobre el concepto transmedia aportan desde sus publicaciones Jenkins (2008) en “Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación”; Scolari (2013) en “Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan” y Gosciola (2012) en “Narrativas Transmedia. Entre teorías y prácticas”.

El proyecto “El futuro está en el monte” tenía como objetivo inicial comunicar, a partir de las características propias de las narrativas transmedia, los beneficios para los pobladores autóctonos y criollos del “Impenetrable chaqueño” de seguir viviendo en ese territorio y no migrar a centros urbanos.

Observamos que AVSI y las organizaciones intervinientes en este gran proyecto ajustan sus acciones al paradigma de las iniciativas de impacto colectivo basadas en el establecimiento de una agenda común para la resolución de problemas sociales específicos.

Esta característica y otras que a continuación nombraremos se emparentan notablemente con las de un dispositivo transmedia, que evidentemente se encuadra en la filosofía del impacto colectivo. En el producto transmedia se trata de tener un objetivo claro: Identificar audiencias o sea en otras palabras construir una agenda común y a partir de ella analizar, conectar y desarrollar contenidos adecuados.

El transmedia capta, los datos, genera nuevos a partir de los existentes, los narra y los sistematiza. En ese sentido Carlos Scolari (2013) sostiene que cuando se habla de narrativas transmedia no se habla de la adaptación de un lenguaje a otro sino de una estrategia que apunta más allá y desarrolla diferentes medios y lenguajes.

“De esta manera el relato se expande, aparecen nuevos personajes o situaciones que traspasan las fronteras del universo de ficción. Esta dispersión textual que encuentra en lo narrativo su hilo conductor –aunque sería más adecuado hablar de una red de personajes y situaciones que conforman un mundo– es una de las más importantes fuentes de complejidad de la cultura de masas contemporánea” (Scolari, 2013, p. 10).

Otras de las premisas del impacto compartido es generar actividades de refuerzo mutuo. Los distintos grupos de interés trabajen juntos, pero noto haciendo lo mismo, sino que cada uno realice actividades específicas.

El principio rector de la narrativa transmedia indica no adaptar el mismo contenido a cada plataforma social, sino que cada una de ellas tenga una historia diferente que genere una experiencia integral.

Jenkins (2008) cita a Umberto Eco haciendo referencia a las películas de culto quien se pregunta sobre el motivo que las transforma. Sostiene que la misma no tiene por qué ser una gran obra, pero si proporcionar recursos para que los públicos puedan construir sus fantasías. Y en con ese propósito debe “ser capaz de romperla, dislocarla, desquiciarla para poder recordar sólo partes de ella, al margen de su relación original con el todo” (como se cita en Jenkins 2008).

En “El futuro está en el monte” intentamos que nuestras audiencias pudieran identificar y recordar varias historias pero que subyaciera su relación con la principal.

Podemos intentar también cruzar las intenciones del Proyecto El Futuro está en el Monte con la perspectiva que manifiesta Vicente Gosciola (2012) quien describe las características de la historia desarrollada en el transmedia.

Al respecto afirma que “Cada historia de un proyecto transmedia debe ser percibida por la audiencia como una parte cuidadosa y adecuadamente separada y no como una pieza cortada al azar, es decir, la separación de las partes de la historia completa no puede hacerse de forma arbitraria o aleatoria, lo ideal es que se estudie con el fin de mantener esa parte intacta hasta sus últimos filamentos narrativos...” (Gosciola, 2012, pp. 137/138).

En el caso de “El futuro está en el Monte” la historia se cuenta a través de diferentes formatos y plataformas. Así, por ejemplo, contiene un video documental, galerías de fotografías, textos informativos, podcasts, mobisodios, etc.

Estudio Analítico

El objetivo de este análisis es conocer la naturaleza de sus estructuras significantes, su proceso de elaboración, los lenguajes y plataformas utilizadas, su nivel de interactividad y su eficacia como herramienta comunicacional.

Recordemos algunas de las características del documental en cuestión, que en este caso describe es el territorio de nuestro trabajo de análisis.

El proyecto se proponía inicialmente comunicar, a partir de las características propias de las narrativas transmedia, los beneficios para los pobladores autóctonos y criollos del “Impenetrable chaqueño”, región de la República Argentina, de seguir viviendo en ese territorio y no migrar a centros urbanos.

El Futuro está en el Monte se constituye como un movimiento que impulsa modelos de negocios que promuevan un desarrollo sustentable, competitivo e inclusivo y de puesta en valor del capital natural y cultural, combinando la innovación con los saberes locales.

Algunas de las actividades se conciben

- Diseñando, probando y escalando modelos de negocios que aborden al mismo tiempo el desarrollo de las poblaciones y los retos climáticos.
- Promoviendo la innovación social, tecnológica y de los negocios.
- Fortaleciendo a las comunidades, empoderando a los grupos sociales más vulnerables y recuperando los saberes tradicionales.

Uno de los objetivos para los que AVSI se valió de la herramienta transmedia es la generación de “Ecosistemas de negocios de triple impacto” que se promueven además de aumentar la productividad y fortalecer los ingresos de las poblaciones más vulnerables, favorecen la adaptación a los efectos adversos del cambio climático y cooperan con la reducción de los gases de efectos invernaderos al introducir prácticas para el manejo sostenible, la conservación y la restauración de ecosistemas boscosos en esta región.

- Forestal: impulso de la forestación y reforestación con especies nativas.
- Apícola: Aprovechamiento del bosque nativo para producción y comercialización de mieles de alto valor.

- Ganadero: promoción del Manejo del Bosque con Ganadería Integrada y desarrollo de estrategias de valorización de la producción y acceso al mercado de ganadería mayor y menor.
- Maderero: Aprovechamiento sustentable e integral del bosque nativo y valorización de maderas no tradicionales a través del diseño de nuevos productos.
- No maderero: Aprovechamiento del bosque nativo para la producción de derivados como tintes naturales y harina de algarroba.
- Industria cultural: Fortalecimiento y organización de actividades productivas dirigidas al mercado, a partir del rescate de las pautas culturales, sociales y económicas.

Ecología de los Medios

Según Scolari (2008) “... la ecología de los medios no se concentra en ningún medio en especial –es una teoría transmedia a todos los efectos– ni a un período de tiempo limitado: su reflexión comienza con la aparición del lenguaje, sigue con la transición de la oralidad a la escritura, llega hasta nuestros agitados días de vida digital y en algunas ocasiones no renuncia a delinear escenarios futuros.” (p. 15)

El concepto nace en 1968 en una conferencia de Neil Postman, pero previamente ya lo había utilizado Mc Luhan en “La galaxia Gutenberg” (1962) a principios de esa década hecho que fue reconocido por el propio Postman.

Al respecto Scolari (2015) agrega que también existieron autores “pre-macluhanianos” como Harold Innis, Eric Havelock, Jacques Ellul y Lewis Mumford que harían necesario no limitar estas ideas metafóricas al universo discursivo de Mc. Luhan

Esta metáfora ecológica posee por lo menos dos interpretaciones:

Los medios como ambientes. La palabra ecología se vincula con el estudio de los ambientes, su estructura y su impacto sobre la gente.

Aquí es necesario detenernos para destacar la importancia de este cruce teórico sobre el objeto de estudio “El futuro está en el monte” ya que también se trata de una intervención mediática que aborda la problemática ambiental en tanto afecta los procesos de significación de los seres que habitan ese territorio.

Retomando el aspecto epistemológico de la teoría de la “Ecología de los medios” Mc Luhan (1964) sostenía que los efectos de las tecnologías de la comunicación “... alteran las ratios del sentido y los patrones de percepción de manera constante y sin ninguna resistencia”.

Y esa afirmación sostiene de alguna manera la dimensión ambiental de la ecología de los medios: los medios crean un ambiente que rodea a los sujetos y modela sus formas de percibir y de conocer la realidad.

Los medios como especies. Esta dimensión se puede apreciar en las afirmaciones del propio Mc. Luhan cuando sostiene que los medios interactúan entre sí así por ejemplo la radio y la televisión entre otras consecuencias cambiaron la forma de las noticias e interfirieron en sus programaciones.

De esta manera se puede interpretar de los dichos de Mc. Luhan que ningún medio adquiere su significado solo sino en interacción constante con los otros, es decir que los me-

dios de comunicación son como especies que viven en el mismo ecosistema y establecen relaciones entre sí.

Más recientemente con la aparición de la *www* esta teoría se volvió a instalar como marco teórico innovador para el estudio de los procesos mediáticos. Es evidente que toda esta explosión tecnológica post internet produjo la generación de nuevos medios digitales interactivos y procesos mediáticos de convergencia e hibridación.

Ingresando a las teorías específicas vinculadas con el tema en cuestión nos parece importante traer a este estudio el concepto de “Transmedia” y más precisamente al de “Narrativas Transmedia”.

Aquí siempre conviene comenzar a diferenciar y despejar términos que se acercan y se alejan de una definición correcta de lo que consideramos Narrativas Transmedia.

Se pueden mencionar como integrantes de este inestable terreno semántico a términos como los de Cross-media, multimodalidad, multiplataforma o narrativa aumentada entre otros.

El concepto de Narrativas Transmedia fue introducido originalmente por Henry Jenkins en 2003, el autor consideraba que en esta etapa de convergencia mediática el flujo de contenidos a través de múltiples canales se vuelve inevitable.

Según Jenkins (2003) cada medio aporta algo para la elaboración de un universo narrativo pero cada uno de ellos, cada una de las plataformas se diferencian entre sí. Así por ejemplo una historia como la de “El Futuro está en el monte” se despliega a partir de un documental audiovisual, mobisodios, podcast y galerías de fotos y redes sociales entre otras.

Cada una mantiene autonomía, como sostiene Jenkins (2003) las Narrativas Transmedia son “historias contadas a través de múltiples medios”.

En este sentido Scolari (2015) afirma que cuando se habla de Narrativas Transmedia lo hacemos del desarrollo de un mundo narrativo que abarca diferentes medios y lenguajes donde el relato se expande y se multiplican los nuevos personajes y situaciones. Todo en torno a lo narrativo como hilo conductor.

Debemos introducir aquí un término que es utilizado ampliamente en el campo de las narrativas transmedia, nos referimos al concepto de *storytelling*. Este vocablo inglés hace referencia al acto de contar historias o sea básicamente a narrar o relatar.

Según el principio de narratividad planteado por Greimas y Courtes casi todos los discursos tienen algún componente narrativo y por tal es la forma textual más usada en la cotidianeidad.

La mayoría de los enunciados producidos en ese contexto tienen una estructura compuesta por sujeto-verbo-predicado que viabilizan la posibilidad de contar acciones que alguien lleva adelante en un contexto determinado.

Las narrativas transmedia parten de esa estructura básica de la narración, pero las expanden en distintos contextos y multiplican sujetos y acciones que pertenecen a una misma historia,

Nuestro Documental Transmedia de no ficción “El futuro está en el monte” pone de manifiesto en distintas plataformas y lenguajes las acciones relacionadas con la cultura, la producción, el desarrollo, la infraestructura, la educación y el cuidado del medio ambiente entre otras desarrolladas por los actores que interactúan en el territorio ya sean comunidades de pueblos originarios o criollos en el contexto del “Chaco Impenetrable argentino”

El sitio web elfuturoestaenelmonte.org como plataforma contenedora propone un viaje a través de cuatro ejes disparadores: el monte produce, el monte cuida, el monte comparte y el monte aprende. En cada uno de esos recorridos podemos encontrarnos con localizaciones geográficas, galerías de fotos, podcasts, mobisodios, entrevistas, texto escrito y un video documental aglutinador que atraviesa todos los ejes.

Narramos desde la estructura narrativa de la cotidianeidad y la expandimos en diferentes plataformas.

La elección de una narrativa transmedia se fundamentó también en la capacidad configuradora de sentido que tiene el discurso narrativo y porque la comprensión de la realidad que tenemos las personas sigue un orden narrativo.

Denis Renó (2012) sostiene que los contenidos de una narrativa transmedia tenga una buena plataforma de distribución y es preciso que sea bien difundida por redes sociales. Además, agrega que es interesante que su producción se haga a través de dispositivos móviles como teléfonos celulares o tabletas.

En el universo distributivo de los contenidos de “El futuro está en el monte” se abrieron cuentas en Twitter (@futurodelmonte), en Facebook (<https://www.facebook.com/futurodelmonte/>) y en Instagram, además de Sound Cloud para compartir podcast (<https://soundcloud.com/user-885446047>).

En ellas interactúan hasta la fecha los actores del proyecto co-creando contenidos a manera de prosumidores.

Estas características determinan en la naturaleza de la narrativa transmedia su posibilidad de ir más allá de la simple reconstrucción de los acontecimientos, teniendo en cuenta que evidencia el proceso mismo del acontecer de la realidad y sus transformaciones; o sea, ella misma al producirse va cambiando, moviéndose y transformándose por sus múltiples autores, desde múltiples momentos y múltiples plataformas (Renó, 2012, Pág. 56).

Metodología

Para la realización de este análisis crítico empleamos el estudio de caso. Específicamente esta labor analítica la abordaremos desde la perspectiva cualitativa, sin dejar de reconocer que los estudios de caso pueden valerse de técnicas y herramientas de enfoques tanto cualitativos como cuantitativos.

Estudiamos algunos componentes del documental “El futuro está en el monte” para dar cuenta fundamentalmente de sus características narrativas e interactivas.

Para ello recurrimos al artículo de Silvia Gutiérrez Vidrio (2010) citado en el texto “Ejercicios mentais” (2020) organizado por Vicente Gosciola y André Sens

Se propone desde allí un esquema analítico que toma en cuenta entre otros aspectos: la reconstrucción de las condiciones de producción del discurso, el nivel icónico visual y el nivel discursivo.

En este caso tomaremos como muestra al documental audiovisual alojado en la home del portal “El futuro está en el monte” (<https://elfuturoestaenelmonte.org/#/documental>)
Componente del documental transmedia “El futuro está en el monte a analizar:

Video documental audiovisual: Es una pieza de 35 minutos de duración que tracciona a manera de introducción general el ingreso a el resto de las piezas que componen el documental transmedia.

Respondiendo a la estructura de análisis propuesta precedentemente y en relación a las condiciones de producción del discurso y sus interrogantes (¿a quién dirige su discurso? ¿de qué habla? ¿desde dónde habla? ¿en qué momento coyuntural emite su discurso?) podemos decir: Si bien fue concebido para su difusión en esta plataforma y en encuentros presenciales organizados a tal efecto entre los actores del proyecto, puede ser adaptado a una versión de 25 minutos para su exhibición en la televisión tradicional.

El video presenta un esquema narrativo clásico presentado a través de imágenes registradas en el territorio durante un período aproximado de 8 meses donde se recorrieron cinco provincias argentinas (Chaco, Formosa, Santiago del Estero, Salta y Jujuy) donde se extiende el monte impenetrable.

Contiene una primera parte descriptiva de la región y sus actores. Una segunda parte con la propuesta del recorrido por los sonidos, el agua, la sombra, los colores, la belleza, las leyendas, el misterio, el trabajo el alimento, la vida y el futuro.

Y finalmente una tercera parte con los testimonios en primera persona de los actores: Profesionales, productores, comunidades de pueblos originarios, docentes, capacitadores y gestores del proyecto.

En cuanto a su nivel icónico, ya mencionamos su extensión y sus pretensiones de difusión, pero podemos agregar que las imágenes fueron registradas con calidad HD full, persiguiendo una calidad standard para su difusión en diferentes plataformas. Se incluyeron sobre impresos a manera de anclajes y de separadores temáticos, se intentó un predominio cromático del verde en alusión al entorno forestal. El audio fue registrado en forma ambiental en cada lugar y la grabación en off incorporada en postproducción. La banda sonora incluye ese sonido ambiente que ubica a las audiencias en las condiciones naturales del monte y la música corresponde a obras de autores de la región e interpretadas en algunos casos con instrumentos autóctonos.

Finalmente, en el nivel discursivo, más precisamente en el plano macro discursivo:

El texto de la locución obra a manera de articulador entre el discurso diegético (los testimonios de los actores) y el no diegético (la propia voz del locutor). Lleva adelante la función descriptiva informativa.

Las voces en primera persona aportan el acento propio, local de cada región, incluso lingüístico (hay testimonios originales en dialectos Quom y Wichí) y además aportan de alguna manera al componente dramático de la narración.

Estas mismas voces incorporan la dimensión apreciativa, valorativa y evaluativa.

Conclusiones

De alguna manera en el análisis precedente se dio respuesta a el objetivo que nos proponíamos en el planteo inicial: conocer la naturaleza de sus estructuras significantes, su

proceso de elaboración, los lenguajes y plataformas utilizados, su nivel de interactividad y su eficacia como herramienta comunicacional.

Consideramos que el documental analizado responde a las características de narrativa transmedia: la historia se distribuye en distintos medios, plataformas y lenguajes. Cada una de ellas aporta distintas puertas de ingreso a una misma historia principal que se ve expandida a partir de este mecanismo.

Constatamos esta identidad de narrativa transmedia con el “Identikit de las NT según Henry Jenkins” que cita Scolari (2013). Según el texto Jenkins identifica los principios fundamentales de las narrativas transmedia que a continuación cruzaremos con las características del documental transmedia “El futuro está en el monte”.

En primer lugar, se menciona a la dupla *expansión o (spreadability) y profundidad (drillability)*. Al respecto debemos mencionar que el caso de nuestra investigación se comenzó a expandir a través de las redes sociales que se crearon al momento mismo del lanzamiento del portal y que aún siguen alimentando los actores del territorio con contenidos de las distintas temáticas ya mencionadas. En cuanto a la profundidad, y esa tarea de penetración en las audiencias para encontrar el núcleo de seguidores es una tarea que aún se sigue intentando.

En segundo lugar, Jenkins menciona a la *Continuidad (Continuity)*. Las personas referentes en cada una de las temáticas y regiones continúan interactuando de la misma manera que desde el lanzamiento. Así por ejemplo los capacitadores siguen siendo los mismos, los referentes de los pueblos originarios también, de la misma manera los productores agropecuarios y los artesanos, por ejemplo.

El tercer lugar es el de la inmersión *Inmersión (Immersion)*. Si bien nuestro documental no tiene juegos, se intenta provocar una experiencia inmersiva a través de la incorporación de los sonidos del monte como fondo o cortina de la home del trabajo.

De la misma manera, la cámara subjetiva en algunos mobisodios intenta ser la mirada de quien se interna en cada uno de los espacios.

Es también el caso de la cuarta característica que contiene El Futuro está en el monte y que menciona Jenkins: la *subjetividad (Subjectivity)*.

Cada una de las subtramas de nuestro conflicto principal: el monte produce, el monte cuida, el monte comparte y el monte aprende es interpretado por subjetividades propias de cada uno de esos ejes temáticos, ya sea con su testimonio en cámara, en entrevistas, su aporte fotográfico descriptivo y narrativo de cada tema, sus voces en los podcasts, o sus artesanías. Todas estas subjetividades permiten el cruce de miradas y de perspectivas.

Y finalmente las *Realizaciones (Performance)* de las audiencias, quienes como destaca Jenkins son fieles evangelizadores del tema convirtiéndose en prosumidores.

Un ejemplo para destacar en este caso es el de las artesanas Wichis de Miraflores (Chaco) quienes graban con tablets o celulares provistos por la empresa Samsung, en el marco del convenio “Nanum Village”, que incluye señal satelital de internet en pleno monte para compartir los videos que ellas producen y que describen audiovisualmente el proceso creativo desde la recolección de la materia prima.

De alguna manera “El futuro está en el monte” es una herramienta que utiliza la Fundación AVSI para promocionar la vida de los pobladores del monte impenetrable argentino, una manera de comunicar ideas y provocar un encuentro sociocultural de subjetividades.

Las narrativas transmedia puestas de manifiesto en el documental fueron un primer intento de nuevas estrategias expresivas en busca de una transformación en las relaciones vinculantes hasta ahora existentes en el terreno.

Logra introducir esta forma de contar en un contexto, que es significativamente transmedia como el propio ecosistema del monte pero que hasta el momento no había sido experimentada en los circuitos comunicacionales mediados tecnológicamente en ese contexto. Por ejemplo, en nuestro caso se pone claramente de manifiesto la convivencia con una segunda pantalla. Como mencionamos los actores disponen de dispositivos móviles como smartphones y tablets, además de los medios tradicionales para recibir y producir contenidos mediáticos.

Según Kenney, Gorelik y Mwangi (1999) “En la medida en que los usuarios tienen un mayor efecto sobre la experiencia, llegan a estar más absortos (inmersos) en ella”,...Lo que los usuarios hacen con el contenido es más importante que cómo este puede afectarlos. Los usuarios buscan activamente el descubrimiento, en lugar de ser informados pasivamente”. Es una afirmación que pudimos comprobar en nuestro territorio, las audiencias involucradas en la experiencia transmedia, caso de este análisis transitan hasta el día de hoy la fascinación de producir y compartir contenidos. Son, como dice Dan Gillmor “seres medios”.

Referencias bibliográficas

- McLuhan, Marshall (1962) *La galaxia Gutenberg: génesis del horno typographicus*, Barcelona.
- Gosciola, V., Campalans D. y Renó, P (2015). *Narrativas transmedia: entre teorías y prácticas*. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.
- Gosciola V. y Sens André. (2020). *Exercícios mentais: narrativas transmídia e estruturas complexas*.
- Greimas y Courtés, Joseph (1990). *Semiótica diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Gredos. Madrid.
- Gutiérrez Vidrio, Silvia *Discurso periodístico: una propuesta analítica Comunicación y Sociedad*, núm. 14, julio-diciembre, 2010, pp. 169-198 Universidad de Guadalajara.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Kenney, Gorelik y Mwangi (1999). “Interactive Features of Online Newspapers”. En “Nosotros, el medio” *The Media Center del American Press Institute*. (2003).
- Renó, D., Flores, J. (2012). *Periodismo transmedia. Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos*. Fragua.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia: Cuando los medios cuentan*. Ed. Deusto.
- Scolari, C. A. (2017). *Ecología de los medios: de la metáfora a la teoría*. Editorial Gedisa.
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia*. Grupo Planeta.

Abstract: The primary purpose of the non-fiction transmedia documentary project “The Future is in the Mountains” was to communicate the benefits for the native and creole residents of the “Impenetrable Chaco” of continuing to live in that territory and not migrate to urban center. A transmedia device is part of the philosophy of collective impact. Aim for a clear objective: Identify audiences, build a common agenda, connect and develop appropriate content. Transmedia captures data, generates new ones from existing ones, narrates them and systematizes them. This article presents an expressive technical analysis of the non-fiction documentary and a transversal review of its characteristics based on the assumptions of Henry Jenkins, Carlos Scolari and Vicente Gosciola.

Keywords: Documentary - media strategy - documentary language - classroom project - transmedia.

Resumo: O projeto de documentário transmídia não-ficcional “O futuro está nas montanhas” teve como objetivo inicial comunicar, a partir das características das narrativas transmídia, os benefícios para os moradores nativos e crioulos do “Chaco Impenetrável” de seguirem vivendo naquele território e não migrando para os centros urbanos. Um dispositivo transmídia faz parte da filosofia do impacto coletivo. Tenha um objetivo claro: identificar públicos, construir uma agenda comum, conectar e desenvolver conteúdo apropriado. A transmídia captura dados, gera novos a partir dos existentes, narra-os e sistematiza-os. Este artigo apresenta uma expressiva análise técnica do documentário de não-ficção e uma revisão transversal de suas características com base nos postulados de Henry Jenkins, Carlos Scolari e Vicente Gosciola.

Palavras chave: Documentário - estratégia midiática - linguagem documental - projeto de sala de aula - transmídia.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]
