



Incluye entrevistas inéditas con más de 20 especialistas

Carlos A. Scolari

# NARRATIVAS TRANSMEDIA

Cuando todos los medios cuentan

«El transmedia es la cultura producida para la generación que creció mirando *Pokémon*, *Star Wars* y *He-Man*.»

HENRY JENKINS



DEUSTO

# **NARRATIVAS TRANSMEDIA**

*Cuando todos los medios cuentan*

Carlos A. Scolari

© 2013 Carlos Alberto Scolari

© Centro Libros PAF, S.L.U., 2013

Deusto es un sello editorial de Centro Libros PAF, S. L. U.

Grupo Planeta

Av. Diagonal, 662-664

08034 Barcelona

[www.planetadelibros.com](http://www.planetadelibros.com)

Diseño de cubierta y de interior: Alfons Freire

ISBN: 978-84-234-1336-2

Depósito legal: B. 29.813-2012

Primera edición: enero de 2013

Preimpresión: [freiredisseny.com](http://freiredisseny.com)

Impreso por Egedsa

Impreso en España - Printed in Spain

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (Art. 270 y siguientes del Código Penal).

Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

Puede contactar con CEDRO a través de la web [www.conlicencia.com](http://www.conlicencia.com) o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

**Esta obra ha recibido una ayuda a la edición  
del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte**



# Índice

<b>Leyenda</b>	<b>14</b>
<b>Introducción</b>	<b>15</b>
Language is a virus	15
<i>La(s) narrativa(s)</i>	16
<i>El libro</i>	17
<b>1. ¿QUÉ SON LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA?</b>	<b>21</b>
<b>1.1. Origen</b>	<b>23</b>
Historia de un concepto	23
Una galaxia semántica	25
<i>The Matrix</i>	36
<i>Harry Potter</i>	36
<i>Star Wars</i>	37
<b>1.2. Identikit</b>	<b>39</b>
Identikit de las NT según Henry Jenkins	39
Identikit de las NT según Jeff Gomez	42
Una definición	45
Adaptaciones	46

<i>Battlestar Galactica</i>	58
<i>Tintín</i>	58
<b>2. ¿CÓMO SE PRODUCEN LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA?</b>	<b>61</b>
<b>2.1. Convergencias y productores transmedia</b>	<b>63</b>
Una, dos, tres, muchas convergencias	63
Actores: ¿quién es quién?	65
<i>Amar en tiempos revueltos</i>	77
<b>2.2. El proyecto transmedia (I)</b>	<b>79</b>
Narrativa	81
Experiencia	83
Audiencias	84
Medios / Plataformas	87
<i>Águila Roja</i>	95
<b>2.3. El proyecto transmedia (II)</b>	<b>97</b>
Modelos de negocio	97
Ejecución	100
<i>Estrategia 1</i>	100
<i>Estrategia 2</i>	101
<i>Estrategia 3</i>	101
La Biblia Transmedia	105
<i>Polònia</i>	117
<b>3. LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA EN LA FICCIÓN</b>	<b>119</b>
<b>3.1. El origen de las especies transmedia (I)</b>	<b>121</b>
Narrativas transmedia de origen literario	121
Narrativas transmedia de origen audiovisual	124
<i>24</i>	134
<i>Fringe</i>	134

<i>Indiana Jones</i>	135
<b>3.2. El origen de las especies transmedia (II)</b>	<b>137</b>
Narrativas transmedia originadas en los cómics	137
Narrativas transmedia originadas en los videojuegos	140
Narrativas transmedia originadas en los dibujos animados	142
Narrativas transmedia originadas en los muñecos	143
<i>Pokémon</i>	152
<i>The Walking Dead</i>	153
<i>Resident Evil</i>	154
<i>Halo</i>	154
<i>Los Simpsons</i>	155
<i>Barbie</i>	156
<i>Transformers</i>	157
<b>3.3. Estrategias de expansión y compresión narrativa</b>	<b>159</b>
La isla misteriosa	159
Estrategias	163
Compresiones y algo más	164
<i>Las Tres Mellizas</i>	174
<b>4. LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA MÁS ALLÁ DE LA FICCIÓN</b>	<b>177</b>
<b>4.1. El periodismo transmedia</b>	<b>179</b>
Periodismo y narrativas transmedia	179
<i>Newsgaming</i>	184
Principios del periodismo transmedia	187
<i>La noticia de la muerte de Bin Laden</i>	195
<i>Cutthroat Capitalism</i>	195
<b>4.2. El documental transmedia</b>	<b>197</b>
Documentales político-sociales	199

Un género en permanente expansión	203
Principios del documental transmedia	205
<i>Herod's Lost Tomb</i>	214
<i>Guernica, pintura de guerra</i>	215
<i>Highrise</i>	215
<b>5. ¿CÓMO SE CONSUMEN LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA?</b>	<b>217</b>
<b>5.1. Del consumidor al prosumidor</b>	<b>219</b>
Las audiencias líquidas	219
Una nueva especie: el <i>Homo prosumator</i>	222
<i>Nueva dieta mediática</i>	230
<b>5.2. Comunidades de fans y estrategias de contención</b>	<b>231</b>
Las comunidades de fans	231
Las comunidades en línea	233
<i>Las comunidades en línea de la BBC</i>	241
<b>5.3. Contenidos generados por los usuarios</b>	<b>243</b>
Sincronizaciones, recapitulaciones, finales alternativos y otras especies	244
Plataformas	251
<b>6. BRANDING, MERCHANDISING Y NARRATIVAS TRANSMEDIA</b>	<b>259</b>
<b>6.1. En las fronteras de la narración</b>	<b>261</b>
El <i>Total merchandising</i> de Disney a <i>Star Wars</i>	262
Juegos de realidad alternativa	265
Principios de los ARG	267
<i>Year Zero</i>	273
<b>6.2. Branding y storytelling</b>	<b>275</b>
Del <i>product placement</i> al mundo-marca	275

Brand Hollywood	278
<i>Batman de Burton</i>	278
<i>El Señor de los Anillos</i>	280
<b>7. NUEVAS FRONTERAS Y DESAFÍOS DE LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA</b>	<b>289</b>
La cuestión de los derechos de autor	291
Los límites del transmedia	293
La investigación de las NT	294
Nueva palabra clave: « <i>gamification</i> »	296
<i>Nuevas fronteras y desafíos</i>	305
<i>El cosmonauta</i>	305
<i>Panzer Chocolate</i>	305
<b>8. APÉNDICE: REFERENCIAS Y GLOSARIO</b>	<b>307</b>
<b>Referencias</b>	<b>309</b>
<b>Glosario</b>	<b>333</b>
<b>Índice de las entrevistas</b>	<b>341</b>





Dedicado a mis alumn@s.  
Aquí o allá; ayer, hoy o mañana.

# Leyenda



Animación



Avances



Apps



Audio



Camisetas



Cartas



CD



Cine



Cómic



Correo



Discos



Fliers



Infografía



Juegos



Libros



Manga



Merchandising



Teléfono



Mobisodio



Muñecos



Parques temáticos



Radio



Realidad virtual



Redes sociales



Revistas



Sellos postales



Teatro



Televisión



USB memoria



Usuarios



Videojuegos en línea



Videojuegos



Web cómic



Websodios



Web TV

# Introducción

## *Language is a virus*

Comencemos por una historia. Un virus misterioso afecta a todos los adultos que viven en un pequeño pueblo de Estados Unidos. En poco tiempo los jóvenes se encuentran aislados de la civilización, luchando por sus vidas. ¿De dónde proviene la enfermedad? ¿A qué velocidad se está expandiendo el virus? ¿Es posible sobrevivir? ¿Cómo se puede evitar el contagio? ¿Se pueden curar los que ya han sido contagiados?

Esa película ya la hemos visto. En el cine y la televisión. En forma de largometraje y en episodios semanales. Sin embargo... lo más interesante de *Pandemic 1.0* es que no se trata de una película o una serie televisiva, sino de una producción transmedia presentada en la edición 2011 del Sundance Film Festival. Si bien nace alrededor de un cortometraje de diez minutos de duración, *Pandemic 1.0* va mucho más allá: la historia incluye una revista, un koala (¿?), veinte actores que tuitean, cinco lugares secretos, doce tótems, sesenta objetos distribuidos que los participantes deben identificar, cien teléfonos móviles, cinco mil botellas de agua, cincuenta mil fotos y más de un millón y medio de tuits. Los participantes tienen ciento veinte horas para detener la pandemia. ¿Se apuntan?

Si *Pandemic 1.0* fuera una película tendría espectadores, pero en esta producción no hay lugar para «espectadores» porque durante cinco días todos son protagonistas del relato. El llamado Control de Misión —una instalación interactiva donde se proyectan datos— se convierte en el punto de referencia de esta experiencia narrativa. Otra instalación —el *Memorial Room*— permite conocer a las personas ya infectadas. Pero la experiencia no termina ahí: también se puede participar en la red desbloqueando elementos y ayudando a los participantes que viven el relato en el mundo real. Facebook, Twitter y la web *Hope is Missing* también son parte de esta experiencia



Imágenes de *Pandemic 1.0*



narrativa interactiva que hace saltar por los aires conceptos como real, virtual, ficción o narrativa.

¿Quién mueve los hilos de *Pandemic 1.0*? Detrás de esta revolucionaria producción se encuentra el Workbook Project, una comunidad fundada por Lance Weiler en el 2006 orientada al diseño, la producción audiovisual, los videojuegos y otras formas narrativas. El Workbook Project ofrece recursos, consejos y documentación para la producción de proyectos de comunicación *cross-media* con un altísimo nivel de participación. Todos hablan de *Pandemic 1.0* y lo proponen como ejemplo paradigmático de una nueva forma narrativa. Para muchos profesionales e investigadores, Lance Weiler es a las narrativas transmedia como J. J. Abrams a la nueva televisión.

### La(s) narrativa(s)

Las narrativas transmedia están de moda. Si hace unos años todos hablábamos de *multimedia* e *interactividad*, ahora las palabras clave son *convergencia* y *transmedia*. Un par de aclaraciones: a partir de aquí utilizaremos la sigla NT para referirnos a las *narrativas transmedia* (en inglés, *transmedia storytelling*). En algunas ocasiones, para evitar repeticiones, utilizaremos el concepto de *cross-media*. ¿Qué es una narrativa transmedia? ¿Es *transmedia* un sinónimo de *cross-media*? Bueno, para tener una respuesta habrá que esperar al Capítulo 1. Pero antes de hablar de ese tema tenemos que aclarar otras cosas: ¿qué es una narrativa? ¿Qué función cumple?

Los últimos estudios en el campo de la evolución han puesto de relieve la importancia de la narrativa en la vida del *Homo sapiens*. Algunos investigadores no dudan en colocar las competencias narrativas entre las ventajas competitivas que permitieron la supervivencia de nuestra especie. Una especie que desarrolla la capacidad de ficcionalizar puede imaginar es-

cenarios futuros, prever situaciones críticas, construir hipótesis y prepararse de antemano. Los humanos siempre contamos historias. Las contamos durante milenios de forma oral, después a través de las imágenes en las paredes de roca, más adelante por medio de la escritura y hoy mediante todo tipo de pantallas. Más que *Homo sapiens* somos *Homo fabulators*. A los humanos nos encanta escuchar, ver o vivir buenos relatos.

El estudio de la narrativa se pierde en las tinieblas de la historia. El mismísimo Aristóteles nos dejó un texto fundamental que todavía hoy sigue siendo de utilidad para comprender cómo se construye un relato: la *Poética*. Veinticinco siglos después el estudio de la narrativa adquiere estatus disciplinario y se convierte en *narratología*. ¿Qué estudian los narratólogos del siglo XXI? Las historias que se expresan en relatos orales, novelas, cuentos, largometrajes, series televisivas, cómics e incluso videojuegos. Las especies narrativas nos rodean y el narratólogo es su biólogo.

Pero no solo los narratólogos se preocupan por los relatos. Algunos investigadores de las ciencias cognitivas, interesados en conocer cómo pensamos, también han terminado por anclar sus naves en las costas narrativas. Por ejemplo, Jerome Brunner sostiene que hay dos formas de dar sentido al mundo que nos rodea: una manera lógico-formal, basada en argumentos, y otra narrativa, fundada en los relatos. Estamos hablando de dos modalidades diferentes de funcionamiento cognitivo, dos formas de pensar y entender lo que pasa a nuestro alrededor: si en la mitología griega Helios era la personificación del Sol, un dios que atravesaba cada día el cielo con su carro de fuego, Copérnico se encargó de encontrar una explicación lógica al movimiento de la Tierra alrededor de su estrella. Un buen relato y un buen argumento son diferentes, pero ambos pueden usarse como un medio para convencer a otro. En el caso de la narrativa, no importa tanto que sea verdad sino que sea *verosímil*. Un relato creíble. Las narrativas nos rodean, pero también deambulan por los recovecos de nuestra mente.

## El libro

A diferencia de otros libros que he publicado destinados a un público académico —como *Hacer clic* (2004) o *Hipermediaciones* (2008)—, el volumen que el lector tiene entre sus manos fue escrito pensando en un espectro mucho más amplio que incluye a guionistas, productores, periodistas, documentalistas, directores de cine, diseñadores, artistas y otros profesionales del mundo de la comunicación. Como veremos en las próximas páginas, las NT son un fenómeno transversal que surca de una punta a otra la industria de la cultura. Las NT interesan —o deberían interesar— al periodista, el publicista o el cineasta. También los estudiantes y profesores de las carreras de comunicación

encontrarán en este libro material útil para sus clases, ya sea como introducción al tema o como material de lectura en sus talleres de producción transmedia.

El libro comprende siete capítulos, cada uno de los cuales incluye dos o más secciones. Si este fuera un texto publicado en el siglo XIX o incluso antes, el contenido de los capítulos se podría describir de la siguiente manera:

- **Capítulo 1.** De cuando el autor considera el significado de las NT, su origen y características llamando en causa a algunos investigadores y teóricos del tema.
- **Capítulo 2.** De cuando el autor, después de pasar revista a los procesos de convergencia mediática, cuenta cómo se producen las NT e introduce al lector en el fascinante mundo de las biblias transmedia.
- **Capítulo 3.** De cuando el autor decide meterse de lleno en la jungla transmedia y describir experiencias nacidas a partir de un libro, una película, un videojuego o un cómic, y sus correspondientes estrategias de expansión y compresión narrativa.
- **Capítulo 4.** De cuando el autor incorpora a la jungla transmedia las narrativas informativas y los documentales.
- **Capítulo 5.** De cuando el autor, para completar su mapa de las NT, describe el auge de los prosumidores, las comunidades de fans y los contenidos generados por los usuarios.
- **Capítulo 6.** De cuando el autor coloca las NT en un contexto económico y mediático más amplio que incluye las estrategias publicitarias, el *branding* y el *merchandising*.
- **Capítulo 7.** De cuando el autor, antes de despedirse de sus lectores, presenta algunos de los desafíos y nuevas fronteras de las NT.

En cada sección he incluido un ejemplo de producción, entrevistas a profesionales e investigadores de las NT, infografías y un resumen del contenido. Quería hacer un libro polifónico donde diferentes voces contaran sus visiones y experiencias en el universo de las NT, y espero haberlo conseguido. En ocasiones estas voces se contra-

dicen o dan puntos de vista opuestos, pero también eso es parte del juego polifónico. A excepción de las declaraciones de Peter Cooper y Sean Stewart, todas las entrevistas son exclusivas y cubren un amplio espectro de perfiles. He entrevistado desde investigadores de la talla de Henry Jenkins (University of Southern California) y Christy Dena (autora de una de las primeras tesis doctorales sobre las NT en la University of Sydney) hasta profesionales internacionalmente reconocidos como Lizzie Jackson (BBC), Siobhan O'Flynn (Canadian Film Centre's Media Lab), Gonzalo Frasca (Powerful Robots) o Gustavo Gontijo (Globo). Desde aquí hago llegar un agradecimiento especial a todos los entrevistados que gentilmente han respondido a mis preguntas. El origen geográfico de los entrevistados confirma el espíritu global de este libro: en pocos meses he mantenido intercambios epistolares o *face-to-face* con productores, investigadores y creadores de Argentina, Australia, Brasil, Canadá, Dinamarca, España, Estados Unidos, Finlandia, Italia, Reino Unido y Uruguay (en riguroso orden alfabético) (Al final del libro se puede encontrar un índice de todas las entrevistas).

Pero no solo de polifonías globales vive este libro. Cada capítulo se abre con una nube conceptual creada con [Wordle.net](#); cada sección, por su parte, se cierra con cinco tuits que resumen las ideas principales. Sin embargo, este volumen no se queda en las palabras, sino que va más allá y explota al máximo las posibilidades que nos brindan las infografías. No sabría decir si una imagen vale más que mil palabras, pero el significado de mil palabras se puede interpretar de manera rápida y efectiva si, como sucede en estas páginas, cae en las manos de un diseñador como Alfons Freire. Desde ya los invito a retuitearlas utilizando el hashtag #narrativastransmedia. Esta interfaz, que reúne palabras, entrevistas, análisis, descripciones, tuits, infografías e ideas varias no podría haber sido posible sin el minucioso trabajo del director editorial de Ediciones Deusto: Roger Domingo.

Dos reflexiones finales antes de terminar. La primera. Durante casi treinta años, en Argentina, Italia y España, he colaborado en proyectos en los que se combinaban diferentes medios y plataformas de comunicación. Quizá todo comenzó con un proyecto educativo desarrollado en la Universidad Nacional de Rosario en 1987, donde creamos un «paquete multimedia» de contenidos para una asignatura teórica... En Ars Media (Italia), donde, durante toda la década de 1990, gestionamos decenas de producciones que recombinaban contenidos en formato impreso, vídeo o interactivo. Ahora puedo decir que siempre me he dedicado a la comunicación transmedia, solo que ¡no lo sabía!

La segunda reflexión (mucho más larga). A menudo los profesores universitarios se quejan de la nueva generación de estudiantes. No resulta extraño encontrarse cada tanto con algún colega que se lamenta porque los estudiantes no leen libros, son pasotas y no ven películas de cine de autor. Supongo que estos profesores a los die-



ciocho años ya habían leído un par de veces el *Ulises* de Joyce en lengua original, ocupaban cargos de relevancia en las organizaciones políticas juveniles y conocían a fondo la filmografía completa de Eisenstein, Pudovkin y Vertov... Lo diré claramente: cada año que pasa estoy más contento con mis alumnos de grado y posgrado. Trabajan muchísimo, mantenemos excelentes conversaciones en clase y, a pesar de su inexperiencia, desarrollan interesantes investigaciones y proyectos de comunicación.

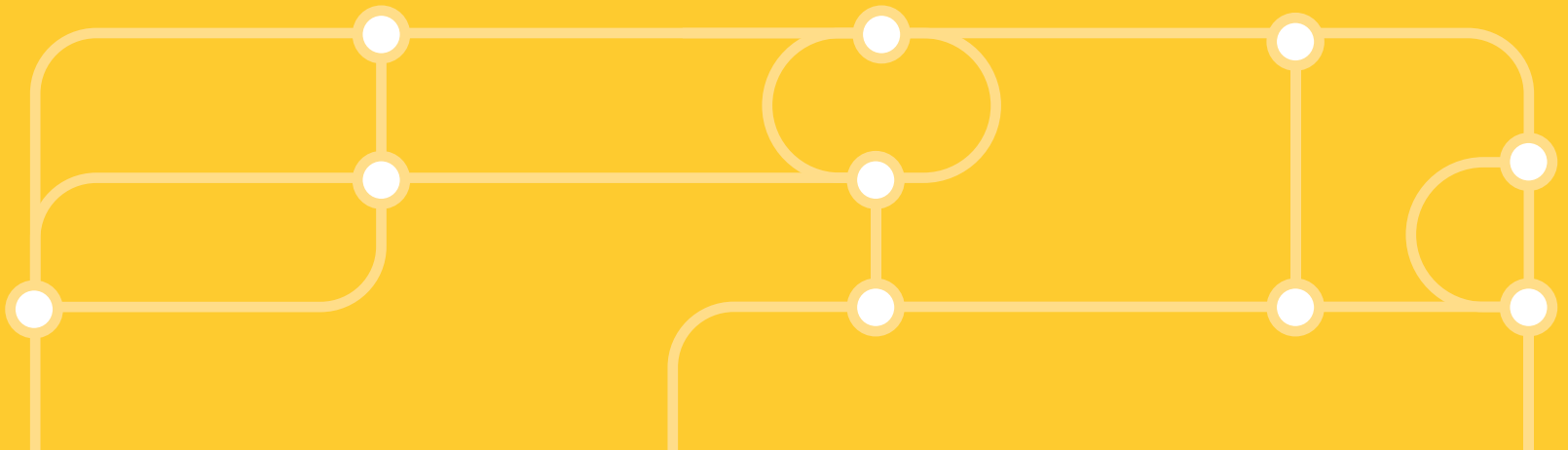
Un pacto tácito entre profesor y alumnos subyace a mis clases: yo les enseño metodologías de análisis textual-discursivo y ellos me pagan con nuevos textos. La cosa funciona así: con el bagaje metodológico que trabajamos en las clases mis alumnos exploran el territorio de la industria cultural y vuelven con sus mochilas cargadas con nuevas experiencias narrativas. Gracias a estas mininvestigaciones me enteré de la existencia del cómic *Pardillos*, aprendí la importancia de los *glitches* en el mundo de los Pokémon y pude hacerme una idea del universo transmedia de la muñeca Barbie. De todos los que he publicado —una quincena hasta ahora— este es el libro en el que más he dialogado con los trabajos de mis alumnos. Como corresponde, al final del volumen encontrarán las referencias a estas mininvestigaciones nacidas dentro del aula.

Una reflexión final: creo que lo más interesante de las NT no es tanto analizarlas como crearlas. Pero para diseñar buenas NT antes debemos conocerlas a fondo, ver cómo funcionan y comprender la potencialidad que nos ofrecen los diferentes medios y plataformas de comunicación. Buena lectura.

Vic/Barcelona, enero de 2012 - noviembre de 2012

1

# ¿QUÉ SON LAS NARRATIVAS TRANSMEDIA?





## 1.1. Origen



En esta sección analizaremos el origen del concepto de narrativa transmedia (NT). También pasaremos revista a otros conceptos que, en mayor o menor medida, están emparentados con las NT. ¿Conviene hablar de transmedia o de *cross-media*? ¿Qué relación existe entre las narrativas transmedia y los mundos transmediales (*transmedia worlds*)?

### Historia de un concepto

Como decía Voltaire, «antes de una conversación, aclaremos los términos». Cuando nos acercamos al mundo de las NT, la primera impresión es que nos encontramos en un terreno semánticamente inestable, caótico, donde resulta difícil hacer pie. En las conversaciones sobre las NT también suelen aparecer otros conceptos como *cross-media*, multimodalidad, multiplataforma o narrativa aumentada (*enhanced storytelling*). Para colmo de males, los profesionales también utilizan otras palabras para nombrar estas nuevas experiencias narrativas. Este caos semántico no es algo nuevo en las conversaciones sobre las nuevas formas de comunicación. Debemos partir de este punto si queremos construir un discurso mínimamente coherente sobre las NT.

El concepto de NT fue introducido originalmente por Henry Jenkins en un artículo publicado en *Technology Review* en el 2003, en el cual afirmaba que «hemos entrado en una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales». Según Jenkins, «los niños que han crecido

consumiendo y disfrutando Pokémon a través de varios medios se esperan la misma experiencia de *El ala oeste de la Casa Blanca* a medida que se hagan mayores. Pokémon se despliega a través de juegos, programas de televisión, películas y libros, y ningún medio se privilegia sobre el otro». Los jóvenes consumidores se han vuelto cazadores y recolectores de información, les gusta sumergirse en las historias, reconstruir el pasado de los personajes y conectarlos con otros textos dentro de la misma franquicia.

Ciertas producciones como *Star Wars* o el mundo de Pokémon se presentan como paradigmas de este tipo de fenómeno narrativo. Cuando *Star Wars* pasó al mundo impreso, «sus novelas expandieron la línea temporal para mostrar eventos nunca vistos en las trilogías cinematográficas, o difundieron historias de personajes secundarios como en la serie *Tales of the Cantina*, donde se conocieron con más detalle esos curiosos alienígenas que en la película original quedaban de fondo. Cuando *Star Wars* llegó a los videojuegos, esos juegos no repitieron los eventos de las películas, sino que nos mostraron cómo era la vida de un entrenador Jedi o de un cazador de recompensas», escribe Jenkins en su artículo del 2003. Por el lado de los Pokémon, Jenkins nos recuerda que existen centenares de personajes, cada uno de los cuales adopta múltiples formas evolutivas y se vincula con el resto a través de rivalidades y alianzas. No hay un único manual o texto informativo sobre estas especies. Más bien cada niño integra la información de varios medios, lo que lleva a que cada uno conozca algo que sus amigos o amigas no saben. Entre todos comparten la información y van reconstruyendo de forma colaborativa el universo narrativo.

Cada medio hace un aporte a la construcción del mundo narrativo; evidentemente, las aportaciones de cada medio o plataforma de comunicación difieren entre sí. Tal como explica Jenkins, en las NT cada medio «hace lo que mejor sabe hacer: una historia puede ser introducida en un largometraje, expandirse en la televisión, novelas y cómics, y este mundo puede ser explorado y vivido a través de un videojuego. Cada franquicia debe ser lo suficientemente autónoma para permitir un consumo autónomo. O sea, no debes ver la película para entender el videojuego, y viceversa». En un texto posterior, Jenkins reafirmará que las NT son «historias contadas a través de múltiples medios. En la actualidad, las historias más significativas tienden a fluir a través de múltiples plataformas mediáticas».

En pocas palabras: las NT son una particular forma narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.) y medios (cine, cómic, televisión, videojuegos, teatro, etc.). Las NT no son simplemente una adaptación de un lenguaje a otro: la historia que cuenta el cómic no es la misma que aparece en la pantalla del cine o en la microsuperficie del dispositivo móvil. Una estrategia tradicional de las empresas de comunicación se basaba precisamente en desarrollar la misma historia en diferentes medios o lenguajes, por ejemplo la trilogía *El Señor de los Anillos* de J. R. Tolkien —llevada al cine por Peter Jackson con un

gran respeto por los textos originales— o la versión en cómic de la película *Alien: Resurrección* (Jeunet, 1997) a cargo de James Vance (guión) y Eduardo Rizzo (dibujo).

Pero cuando se hace referencia a las NT no estamos hablando de una adaptación de un lenguaje a otro (por ejemplo del libro al cine), sino de una estrategia que va mucho más allá y desarrolla un mundo narrativo que abarca 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.

## Una galaxia semántica

Como ya hemos indicado, el concepto de NT no está solo: conceptos como *cross-media*, plataformas múltiples (*multiple platforms*), medios híbridos (*hybrid media*), mercancía intertextual (*intertextual commodity*), mundos transmediales (*transmedial worlds*), interacciones transmediales (*transmedial interactions*), multimodalidad (*multimodality*) o intermedios (*intermedia*) forman parte de la misma galaxia semántica. Cada uno de estos conceptos ilumina alguna dimensión de las NT: si *mercancía intertextual* nos obliga a pensar en términos de una economía política de lo textual —un texto que se produce, distribuye y consume—, el concepto de *mundo transmedia* nos lleva a una teoría de los mundos narrativos. Grosso modo, cada uno de estos conceptos trata de nombrar una misma experiencia: una práctica de producción de sentido e interpretativa basada en historias que se expresan a través de una combinación de lenguajes, medios y plataformas. Veamos con más detalle algunos de estos conceptos.

El concepto de *cross-media* se ha convertido en uno de los más populares dentro de la comunidad académica y profesional. Según el experto en medios digitales Jak Boumans, el *cross-media* se define a partir de cuatro criterios:

- La producción comprende más de un medio y todos se apoyan entre sí a partir de sus potencialidades específicas.
- Es una producción integrada.

- Los contenidos se distribuyen y son accesibles a través de una gama de dispositivos como ordenadores personales, teléfonos móviles, televisión, etc.
- El uso de más de un medio debe servir de soporte a las necesidades de un tema/historia/objetivo/mensaje, dependiendo del tipo de proyecto.

Según Espen Ytrebreg, de la Universidad de Oslo, el concepto *plataformas múltiples* (*multiple platforms*) tiende a focalizarse en la tecnología digital, en tanto proveedora de un marco de diseño que incorpora los diferentes medios (p. ej., textuales o audiovisuales), plataformas (p. ej., chats, blogs, redes sociales, grupos de discusión) o sistemas de *software* (p. ej., Linux o Windows, .gif o .jpeg). A estas plataformas digitales se agregan otras como la televisiva, la radiofónica o la telefónica.

Desde una perspectiva que combina los estudios culturales con la economía política, David Marshall propone el concepto de *mercancía intertextual* (*intertextual commodity*) y lo coloca en el centro de las actuales estrategias de las industrias culturales para captar a las nuevas audiencias. Las estrategias de promoción de los productos mediáticos se han ido haciendo cada vez más complejas, incluyendo el placer de la anticipación, el suministro de información de *background* y otras maniobras que profundizan la inversión afectiva y cognitiva de la audiencia en el producto cultural.

Marie-Laure Ryan, una de las más prestigiosas investigadoras que estudia las nuevas narrativas, habla de *transmedial narrative*, un concepto que se acerca bastante al de *transmedial worlds* de Lisbeth Klastrup y Susana Pajares Tosca. Estas dos expertas en videojuegos de la IT University de Copenhagen definen a los mundos transmediales como «sistemas abstractos de contenido a partir de los cuales un repertorio de historias de ficción y personajes puede ser actualizado o derivado hacia una variedad de formas mediáticas». En un mundo transmedia tanto el público como sus creadores comparten una misma imagen mental de la *worldness*, o sea una serie de rasgos que distinguen un determinado universo narrativo. Según Klastrup y Pajares Tosca, un *transmedia world* puede comenzar en cualquier medio: el mundo de *El Señor de los Anillos* nació en las novelas, el de *Star Wars* en el cine y los Pokémon provienen de un juego para la Nintendo Gameboy.

Como podemos ver, el concepto de *transmedia storytelling* es un planeta más dentro de una inmensa galaxia conceptual. En las próximas secciones iremos afinando nuestra descripción de las NT a partir de las principales aportaciones académicas y profesionales para llegar, casi al final del capítulo, a nuestra propia definición del *transmedia*

*storytelling*. Por el momento podemos ir apuntando que las NT son una forma de relato que se expande a través de muchos medios y plataformas de comunicación. Sin embargo, esa es solo una de las propiedades que caracterizan a las NT.

Una de las cosas que más llamó la atención a Henry Jenkins es que, además de saltar de un medio a otro, los personajes y sus mundos narrativos a menudo caían en las manos de los consumidores para... seguir expandiéndose de un medio a otro. Las viejas audiencias televisivas o cinematográficas, al igual que los lectores tradicionales de cómics o novelas, se conformaban con consumir su producto favorito y, en el mejor de los casos, aspiraban a montar un club de fans para festejar a sus personajes o autores preferidos. Algo ha cambiado en las últimas décadas, sobre todo desde la llegada de los procesos de digitalización y la difusión de la World Wide Web: algunos consumidores se convirtieron en *prosumidores* (productores + consumidores), se apropiaron de sus personajes favoritos y expandieron aún más sus mundos narrativos. Según Henry Jenkins, esta es la otra característica que define a las NT: los usuarios cooperan activamente en el proceso de expansión transmedia. Ya sea escribiendo una ficción y colgándola en *Fanfiction*, o grabando una parodia y subiéndola a YouTube, los prosumidores del siglo XXI son activos militantes de las narrativas que les apasionan.

---

### El caso *The Matrix*

---

Quizá la mejor manera de acercarse a las NT es describiendo una de sus obras paradigmáticas. Tal como escribe Henry Jenkins, *The Matrix* es uno de los mejores ejemplos de NT contemporánea. Todo comenzó con *The Matrix* (1999), la película dirigida por los hermanos Larry y Andy Wachowski. Esta producción, como todos saben, se convirtió en la máxima expresión visual del ciberpunk y creó un estilo integral que iba de la moda a los efectos especiales. La segunda parte del largometraje —*The Matrix Reloaded*— fue estrenada el 7 de mayo del 2003 en Estados Unidos. La fecha es importante: el 15 de mayo salió a la venta el videojuego *Enter The Matrix* y el 3 de junio llegó a los comercios *Animatrix*, una serie con nueve cortos de animación. Seis meses más tarde, el 5 de noviembre del 2003, *Matrix Revolutions* se estrenó en los cines para cerrar la trilogía.

Cada una de las obras cuenta solo una parte de la historia de Neo y la lucha de los humanos contra la gran inteligencia artificial que domina el mundo, y se convierte a su manera en una puerta de entrada al universo narrativo de *The Matrix*. Pero la expansión de este mundo





*The Matrix* (1999)

narrativo no se detiene en las obras indicadas. En el 2005 aparecieron otros dos videojuegos: el MMORPG *The Matrix Online* (un videojuego de rol multijugador masivo en línea), continuó la historia ahí donde *The Matrix Revolutions* la había dejado, mientras que *The Matrix: Path of Neo* revisita escenas ya vistas en la trilogía cinematográfica. Para expandir aún más el universo narrativo, los hermanos Wachowski difundieron en su web una serie de cómics a cargo de prestigiosos artistas, algunos de los cuales fueron posteriormente publicados en dos volúmenes bajo el título *The Matrix Comics*. Algunos de estos cómics están ambientados en Zion, otros en el pasado —antes de la construcción de Matrix— o en el futuro.

Tal como explica Henry Jenkins en *Convergence Culture* (2006), «ninguna franquicia cinematográfica ha sido tan exigente con sus consumidores [...], *The Matrix* es un entretenimiento para la era de la convergencia mediática que integra múltiples textos, para crear una narración de tales dimensiones que no puede confinarse a un único medio». Entonces... ¿fue *The Matrix* la primera experiencia narrativa transmedia? Para nada.

---

## El caso *Star Wars*

---

¿Qué decir a estas alturas de *Star Wars*? ¿Que es una de las experiencias transmedia más importantes del siglo xx? Cuando el 25 de mayo de 1977 se estrenó en Estados Unidos *Star Wars* (posteriormente rebautizada *Star Wars Episode IV: A New Hope*), nadie imaginaba que se estaba poniendo en marcha una de las más poderosas flotas de contenidos de la cultura de masas contemporánea.

Podría decirse que las expansiones transmedia de *Star Wars* comenzaron el día después de su estreno: en julio del mismo año la Marvel editó el primer cómic de *Star Wars*; si bien los primeros seis eran una adaptación de la película, a partir del séptimo comenzaron a incluirse situaciones nunca vistas en el cine. Pocos meses más tarde, en febrero de 1978, Alan Dean Foster publicaba la novela *Splinter of the Mind's Eye*, un *spin-off* basado en una primera versión del guión cinematográfico. El impulso más grande que llevó a la creación del llamado *Star Wars Expanded Universe* se produjo en 1987, cuando la difusión del juego de rol *Star Wars*



Adaptación de  
Stars War (1977)

*Roleplaying Game* fomentó la expansión del mundo narrativo. Además de cine, cómic, novelas y videojuegos, el mundo de *Star Wars* incluye una decena de producciones televisivas —entre las que se encuentran las diferentes series de animación conocidas como *Star Wars: The Clone Wars*— y hasta versiones radiofónicas.

Podríamos estar páginas y páginas describiendo la expansión transmedia de *Star Wars*. George Lucas ha tratado en todo momento de tener bajo control a sus criaturas, estableciendo rígidos parámetros que regulan la expansión de su universo narrativo. Si en el cine hemos podido ver un arco temporal que abarca algo más de tres décadas, el Expanded Universe se extiende durante varios milenios. La más lejana referencia es la serie de cómics *Tales of the Jedi*, ambientada cinco mil años antes de la saga cinematográfica.

¿Es *Star Wars* el primer relato transmedia? Hum... ¿Acaso Superman no es una NT creada en la década de 1930? Pocos años después, las aventuras del hombre de acero se podían consumir en cómics, cine y radio. ¿Y qué decir del universo imaginado por Walt Disney hace casi un siglo, que se ha expandido del cine al cómic, la televisión, los videojuegos y los parques de atracciones? ¿Son las NT un fenómeno típico del siglo xx? ¿Hay experiencias transmedia anteriores? En la próxima sección, entre otras cosas, hablaremos de esta cuestión.

---

## El caso *Harry Potter*

---



La expansión del mundo narrativo de *Harry Potter* fue desde sus inicios celosamente gestionada por la madre del personaje, la escritora inglesa J. K. Rowling. Se daba casi por descontado que después del gran éxito literario alcanzado ya a partir del primer volumen de la serie (*Harry Potter y la piedra filosofal*, 1997), las adaptaciones cinematográficas no se harían esperar. Si

en el 2011 toda la saga literaria había vendido casi 500 millones de copias en 67 idiomas, los largometrajes no se quedan atrás ya que están considerados la franquicia más taquillera de la historia del cine (casi 8 000 millones de dólares de ingresos en 2011). Sin embargo, como todos saben, las películas de Harry Potter no expanden el mundo narrativo de los libros, sino que los tratan con mucho respeto (tal como sucede con *El Señor de los Anillos*). Más que de expansión, estamos frente a adaptaciones cinematográficas.

Pero este mundo narrativo no se acaba en los libros y el cine. Si analizamos los diez videojuegos difundidos hasta el 2012 descubriremos que también están basados en episodios ya leídos en el libro. Veamos un par de ejemplos: *Harry Potter: Quidditch Copa del Mundo* (Playstation, 2003) está basado en la clásica competición deportiva que se disputa en el libro y la gran pantalla; los dos videojuegos de la serie *Lego Harry Potter* toman situaciones de

*Harry Potter y el  
prosienero de Azkaban*  
(2004)

---



cuatro películas (*Years 1-4* y *Years 5-7*) y las integran en un mismo entorno lúdico. El universo transmedia del joven mago también incluye *The Wizarding World of Harry Potter*, una área temática dentro del parque de atracciones de la Universal en Orlando (Florida).

Como podemos ver, el mundo narrativo de Harry Potter aparentemente no ha sufrido grandes expansiones. No obstante, si miramos hacia los contenidos generados por los usuarios, el panorama es el opuesto. Solo en la web *Fanfiction* hay más de medio millón de relatos que expanden sus aventuras. Otras webs como *Mugglespace* y *Mugglenet* incluyen espacios para los relatos de los usuarios. Si bien en un primer momento J. K. Rowling trató de frenar las expansiones no oficiales a cargo de los lectores —tal como explica Henry Jenkins en *Convergence Culture*—, se trató de una empresa no solo imposible, sino a fin de cuentas contraproducente para el valor de la marca Harry Potter. Si no puedes vencerlos... En el 2011 J. K. Rowling lanzó la plataforma en línea oficial *Pottermore* para comercializar versiones electrónicas de sus obras, presentar nuevos productos, dialogar con su comunidad de fans y mantener vivo el mundo narrativo del mago de Hogwarts más allá de los libros impresos y el cine. Parafraseando a Von Clausewitz podemos decir que *Pottermore* es la continuación de Harry Potter por otros medios.

Según Jeff Gomez, CEO de Starlight Runner Entertainment y uno de los profesionales más reconocidos del mundo transmedia, la industria del entretenimiento ha entendido que *Star Wars* no es una excepción, es un «modelo de estructura e implementación que puede ser emulado. Los mundos narrativos están en aumento. Lo que *Pottermore* hace por primera vez es convertir la marca Harry Potter de un producto adaptado o repetitivo en una verdadera marca transmedia. Transmedia es interacción: la audiencia no solo quiere una relación intensa con la narradora (eso ya sucede con J. K. Rowling) sino también que sus *inputs* tengan algún tipo de impacto en el mundo narrativo. Yo creo que eso sucederá con *Pottermore*».

## Henry Jenkins habla del *boom* de las narrativas transmedia



**Henry Jenkins** es investigador de los medios y las culturas populares. Entre 1993 y 2009 dirigió el programa en Comparative Media Studies en el Massachusetts Institute of Technology (MIT, Boston). Actualmente es profesor en la Annenberg School for Communication & Journalism (University of Southern California). Ha publicado obras fundamentales para comprender los cambios que atraviesa el ecosistema de medios: *Piratas de textos* (1992), *Fans, bloggers y videojuegos* (2006) y *Convergence Culture* (2006). A continuación, se recoge la entrevista exclusiva para este libro que nos concedió y que anunciaba al comienzo.



Foto © [http://en.wikipedia.org/wiki/File:Henry\\_Jenkins.jpg](http://en.wikipedia.org/wiki/File:Henry_Jenkins.jpg)

**Cuando en el 2003 publicaste el famoso artículo sobre *transmedia storytelling* en *Technology Review*, la revista del Massachusetts Institute of Technology (MIT), ¿imaginabas el *boom* posterior de ese concepto hasta convertirse en algo global y casi viral?**

Quedé sorprendido y *shockeado* por la gran atención que el concepto obtuvo. Cuando escribí ese artículo yo regresaba de un taller de Electronic Arts organizado para juntar a profesionales y gente de Hollywood. Había estado hablando de transmedia pero esa fue la primera vez que me senté alrededor de una mesa con gente que venía del mundo del entretenimiento y pude saber qué pensaban. Una cosa evidente es que la industria en cierta manera estaba lista para este concepto. Las piezas estaban ahí, la gente lo estaba experimentando y había un gran interés en avanzar en esa dirección. No pensé que llegaría tan lejos ni tan rápido, pero tenía la intuición de que describía algo que estaba a punto de suceder. El mundo académico aceleró este proceso de difusión del *transmedia storytelling*...

**Quizá la industria estaba esperando este concepto y tú propusiste una descripción clara y concisa.**

Ese es el punto, se estaban dando los primeros juegos de realidad alternativa (ARG), la gente veía, observaba y discutía sobre estas experiencias, pero no tenían un lenguaje (específico) para hablar de ellas. El concepto de *transmedia storytelling* interesó a la gente que quería moverse en esa dirección, tanto a los que estaban en Hollywood como a emprendedores, artistas y académicos, todos se juntaron alrededor de esta idea.

**Era el concepto justo en el momento justo...**

Nunca lo pensé en estos términos cuando lo escribí, pero creo que sí. Yo solo trataba de captar un momento de transición.

**En 2009 cambiaste de universidad, desde el MIT (Boston) a la University of Southern California (Los Ángeles). ¿Cambió tu visión el transmedia? No fue un simple cambio geográfico: ahora estás en el corazón de Hollywood...**

Estuve durante veinte años en el MIT, en la cresta de la revolución digital, y cuando decidí cambiar tenía claro que el transmedia era la manera de estar en Hollywood durante la segunda mitad de mi carrera. Era muy atrayente. Ahora doy clases en un lugar donde jugadores clave del sector transmedia vienen y hablan a mis estudiantes... Tengo la

sensación de estar en un lugar donde puedo formar a gente para la cual el transmedia será su segunda naturaleza, y serán capaces de comunicar a través de diferentes medios y plataformas.

### **¿Detectas la aparición de una nueva generación profesional que ya «piensa en transmedia»?**

Ahora tenemos el vocabulario para describir lo que hace cada vez más la gente joven. Yo he definido al transmedia como la cultura producida para la generación que creció mirando *Pokémon*, *Star Wars* y *He-Man and the Masters of the Universe*. Estos textos modelaron lo que las historias son para ellos. Por lo tanto, la generación entre treinta y cuarenta años que trabaja en Hollywood creció con historias que incluían muñecos, figuras coleccionables y cómics, pero escriben para una generación situada en un nivel sucesivo donde las extensiones son digitales. Dentro de poco encontraremos las estrategias narrativas de los Pokémon en las series. Veremos ejemplos de esto alrededor del mundo.

### **Hoy en día todo el mundo habla de transmedia. Incluso obras que se limitan a proponer un vídeo y una web se autodefinen como transmedia. El concepto suena *cool*... ¿Hasta qué punto esto no es un límite para el mercado y también para la investigación?**

Hay mucha confusión sobre lo que es *transmedia*. Hace unos años se hablaba de *interactivo*, en ese momento era *cool*... Era como hablar de *atómico* o *edad espacial* en los años 1950, son significantes vacíos que no se refieren a nada en particular. Tampoco estoy de acuerdo con la Producers Guild of America, quienes consideran que un proyecto transmedia debe involucrar al menos tres medios o plataformas. Es una arbitrariedad. Yo creo que si agregamos de manera enriquecedora un filme y una web se puede conseguir una experiencia transmedia completa y representativa.

### **¿Qué es más importante entonces? ¿La cantidad de medios y plataformas que cubre el proyecto o la participación de las audiencias?**

Es una pregunta interesante. Creo que los medios son la variable menos importante de la ecuación. Para mí lo esencial es que en la obra exista una intertextualidad radical —o sea, que las diferentes partes estén conectadas entre sí de algún modo—, lo cual tiene que ver con el concepto de multimodalidad y el hecho de ser diseñado para una cultura en red. Todas estas cosas vienen juntas. Pienso por ejemplo en *Battlestar Galactica*, una producción eminentemente televisiva, o en los universos creados por Marvel y DC Comics: todos ellos tienen mucho que enseñarnos



sobre transmedia, aunque no sean estrictamente transmedia. Sin embargo, están más cerca del transmedia que las franquicias que no tienen conexiones intertextuales.

**Tenemos narrativas transmedia en la ficción, periodismo transmedia, documental transmedia... Tú también has hablado mucho del transmedia aplicado a la educación... ¿Qué es lo que viene? ¿Cuál es el próximo territorio que conquistar?**

Yo he hablado sobre una lógica transmedia. El transmedia, en su expresión más básica, significa historias a través de medios. Podemos imaginarnos distintas expresiones de esa lógica. El *transmedia storytelling* es quizá la más investigada en este momento. Se podría hablar de *performance* transmedia, *branding* transmedia, educación transmedia, movilización transmedia o rituales transmedia, como alguna vez me referí en las iglesias durante la Edad Media. También podemos pensar en espectáculos transmedia —como el carnaval en algunos lugares de América Latina— o en el juego transmedia. En algunas empresas ya se habla de *transmedia knowledge management*. Todas estas experiencias son diferentes, pero al mismo tiempo están conectadas entre sí. Cada una de ellas puede aprender de las otras.

**¿Cuáles son las tendencias de la producción transmedia en Los Ángeles? ¿Cuál es el panorama para los próximos cinco o diez años?**

Hay una tensión entre el modelo (tradicional) de la nave nodriza con sus extensiones y el modelo que nace transmedia. Hemos visto algunos proyectos potentes en el sector artístico independiente; también se avanza hacia una mayor sofisticación en la distribución de la información a través de las diversas plataformas. Esta sería la primera tendencia.

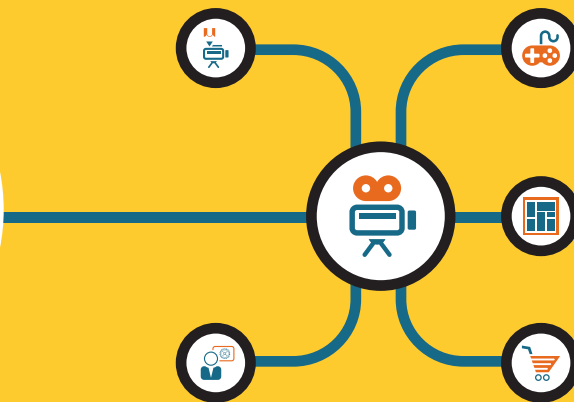
La segunda sería la relación entre transmedia y multimedia. El iPad brinda la posibilidad de integrar totalmente historias multimodales e intertextuales en un mismo paquete. La pregunta es si esto es bueno o malo... Es bueno porque hace que los contenidos sean más accesibles a una audiencia general que a veces no tiene los recursos o competencias para unir todas las piezas; pero puede ser malo porque se pierde la experiencia —hasta ahora central en la estética del transmedia— que significa encontrar y juntar los diferentes componentes. El transmedia lo crea la gente que busca y reconstruye piezas de información. Decimos que el transmedia puede convertirse en multimedia. Esta es una tendencia que estoy observando muy de cerca, trato de entender las consecuencias a largo plazo en caso de que se presenten las piezas reintegradas o se mantenga el valor de la dispersión.



# Infografías



## The Matrix



- Cine
- Animación
- Videojuegos
- Cómics
- Merchandising
- Contenidos generados por usuarios

## Harry Potter



- Libros
- Cine
- Videojuegos
- Web
- Merchandising
- Parque de atracciones
- Contenidos generados por usuarios

# Star Wars



- Cine

---

- Televisión

---

- Animación

---

- Cómic

---

- Novelas

---

- Radio

---

- Web

---

- Videojuegos

---

- Merchandising

---

- Contenidos generados por usuarios

---






## La sección en cinco tuits

- #narrativastransmedia: concepto introducido @henryjenkins en Technology Review (2003) <http://www.technologyreview.com/biomedicine/13052/>
- Las #narrativastransmedia son historias contadas a través de múltiples medios
- En las #narrativastransmedia cada medio hace lo que mejor sabe hacer
- Las #narrativastransmedia son el resultado de una producción integrada
- Las #narrativastransmedia son una red de personajes, sucesos, lugares, tiempos y medios