

Sistemas intertextuales transmedia:

exploraciones conceptuales y aproximaciones investigativas*

Recibido: marzo 15 de 2013 | Aprobado: abril 28 de 2013

Diego Fernando Montoya

dmonto36@eafit.edu.co

Mauricio Vásquez Arias

mvasqu23@eafit.edu.co

Harold Salinas Arboleda**

hsalinas@eafit.edu.co

Resumen El presente artículo explora algunas de las discusiones teóricas que sobre el concepto de narrativas transmedia se vienen tejiendo actualmente, deteniéndose en particular sobre nociones clave como las de expansión narrativa y relaciones intertextuales, para finalizar indicando la necesidad de constituir una serie de referentes teóricos y metodológicos, que permitan abordar la diversidad de formas expresivas que constituyen los sistemas intertextuales transmedia.

Palabras clave

Narrativa transmedia, Universos narrativos, Expansión narrativa, Relaciones intertextuales, Sistemas intertextuales transmedia.

Transmedia intertextual systems: conceptual explorations and investigative approaches

Abstract This paper explores some of the theoretical discussions that are currently developing about Transmedia Storytelling as a concept, focusing on key notions such as Storytelling Expansion and Intertextual Relationships and ends by indicating the necessity of building theoretical and methodological references that allow us to comprehend the diversity of expressive forms that constitute transmedia intertextual systems.

Key words

Transmedia storytelling, Narrative universes, Storytelling expansion, Intertextual relationships, Transmedia intertextual systems.

* Este artículo presenta resultados del proyecto de investigación “Aproximación a los modelos de producción en proyectos transmedia aplicados a la educación y el entretenimiento desde el estudio a The Walking Dead” y de la tesis de grado “El man es Germán: un caso de narrativa transmedia en Colombia”, ambos asociados al trabajo de reflexión teórica desarrollado en el contexto del MediaLab EAFIT y el semillero de creación hipermedia del pregrado en Comunicación Social de la Universidad EAFIT.

** Diego Fernando Montoya, Magíster en Comunicación y Creación Cultural, Instituto Walter Benjamin - Universidad CAECE, Buenos Aires-Argentina. Profesor, programa de Comunicación Social, Universidad EAFIT, Medellín-Colombia. Mauricio Vásquez Arias, Magíster en

1. Introducción

En nuestros días, tanto en el ámbito académico de los estudios sobre comunicación, como en el de las industrias dedicadas a la producción de contenidos de diversa índole, se habla de un sistema de relaciones transmediales (Jenkins, 2008) en el cual se articulan y se reconfiguran por los menos tres elementos: en primera instancia, diversas formas narrativas y textuales; en segundo lugar, diferentes tecnologías de registro de la memoria; y por último, nuevas maneras de participar en la construcción de historias colectivas.

Esta triple configuración permite estructurar un marco propicio para hablar de manera no reduccionista de convergencia de medios y transmedia, fenómeno que es al mismo tiempo narrativo, tecnológico y sociocultural, pues es el resultado de las posibilidades actuales de la industria del entretenimiento, la aparición de una plataforma tecnológica orientada a la generación de servicios de comunicación de base colaborativa y la emergencia de una cultura de participación alimentada por la creatividad de los usuarios (Roig, 2010).

Este panorama pone de manifiesto un conjunto de fenómenos mediáticos que empieza a demandar un ejercicio de doble vía: de un lado, la recuperación de tradiciones y conceptos hoy canónicos en el amplio espectro de las ciencias humanas, referidos a los modos de abordaje de la narración y del relato y, de otra parte, a la ampliación, extensión y extrapolación de dichas aproximaciones en función de los problemas y cuestiones comunicativas asociadas a relatos que se producen sobre múltiples plataformas.

En ese orden de ideas, gracias a la influencia cada vez mayor que los medios de comunicación masiva como la prensa, la radio y la televisión empezaron a tener en la configuración de la vida cultural de Occidente a partir del siglo XIX y durante el siglo XX, la comunicación ha dejado de ser un saber paria en el terreno de las ciencias humanas y sociales, para erigirse como un campo vigente de discusiones sobre los relatos y los dispositivos tecnológicos, los cuales fundaron buena parte de los referentes estéticos de una so-

Educación y Desarrollo Humano, Universidad de Manizales-CINDE. Profesor, programa de Comunicación Social, Universidad EAFIT, Medellín-Colombia. Harold Salinas Arboleda, estudiante de la Maestría en Estudios Humanísticos, Universidad EAFIT. Profesor, programa de Comunicación Social, Universidad EAFIT, Medellín-Colombia.

ciudad que empezó a migrar de un ecosistema mediático dominado por la cultura libresca, a otros espacios de entrecruzamiento de los modos de producción de sentido propios de este siglo.

Tal desplazamiento activó –al lado del texto impreso– el poder de las imágenes y los sonidos re-producidos a escala industrial para el consumo por parte de sujetos y comunidades de interés que, en torno a los medios de comunicación y sus narrativas, se apropiaron de formas particulares a través de distintos usos, reelaboraciones y resemantizaciones de los contenidos (Jenkins, 2010).

En congruencia con lo anterior, el campo de estudios de la comunicación ha debido responder a los retos que este contexto cultural plantea, reelaborando conceptos, afinando métodos y ofreciendo marcos de referencia para pensar las tramas de sentido y las mediaciones que sostienen las representaciones e imaginarios colectivos, desplazándose de la marginalidad a una disciplina central que nos permite pensar la condición humana con un profundo sentido de actualidad.

Ahora bien, las imbricaciones entre modalidades narrativas y nuevas tecnologías y la consecuente emergencia de otras ecologías mediáticas (Scolari, 2010a) marcadas ahora por el sello de lo digital, proponen retos y preguntas que necesitan actualizaciones del campo en el nivel de lo metodológico y de lo teórico, que permitan pensar no sólo la especificidad de las formas comunicativas asociadas a los medios tradicionales, sino además, las singularidades, diferencias y conexiones entre las formas mediáticas a las que estamos acostumbrados en relación con medios y modos de contar emergentes (Ryan, 2004).

Las nuevas condiciones a las que está sujeta la producción cultural¹ demandan otras formas de pensar lo comunicativo que incluyen, como antes se enunció, la necesidad de revisar conceptos propios de diferentes áreas del conocimiento, ampliarlos, comentarlos o replantearlos, en un esfuerzo interdisciplinario que ayude a responder los cuestionamientos que los escenarios comunicativos emergentes están generando (Elleström, 2010).

¹ Como por ejemplo: a) la vertiginosa expansión de Internet y las mutaciones de la Web luego del surgimiento de las redes sociales y los servicios 2.0; b) el crecimiento acelerado de la actividad de los públicos, antes usuarios, ahora *prosumidores* y fanáticos (*fans*); c) las elaboraciones narrativas de lenguajes como los provenientes de la animación y los videojuegos; y d) los avances y posterior popularización de la realidad virtual, los mundos inmersivos y la realidad aumentada.

Derivado de lo anterior, el presente trabajo se propone realizar una exploración en tres momentos: primero, una revisión rápida del concepto de transmedialidad; segundo, una discusión sobre nociones como las de relaciones intertextuales, obra seminal, obra núcleo, expansiones y compresiones narrativas; y, finalmente, proponemos considerar las implicaciones, en términos investigativos, del paso de una comprensión exclusivamente narratológica, a otra que demanda incorporar perspectivas complementarias (antropológicas, ludológicas e, incluso, de mercadeo) necesarias para abordar el fenómeno a través del concepto de *sistemas intertextuales transmedia*, planteado inicialmente por Marsha Kinder (1991).

2. Ruta de acceso

La complejidad que entrañan los veloces cambios a los que se ven sometidos los procesos de convergencia mediática en nuestros días, nos llevan a percibir –no sin asombro– cómo algunos de los conceptos y abordajes de los objetos de estudio comunicativos, pasan de la novedad a la obsolescencia con mucha rapidez, hecho que exige una constante actualización y un continuo debate.

Es así como muchos de los investigadores de mayor trayectoria afirman con acierto que no habíamos terminado de comprender el concepto y las implicaciones culturales del hipertexto (Landow, 1995) cuando ya se empezaba a hablar de multimedia e hipermedia (Moreno, 2002) y, ahora, de la transmedialidad.

Más allá de simples modas intelectuales, como pretenden hacerlo ver algunos críticos, estos conceptos han proporcionado en su momento, claves interpretativas para comprender las mutaciones de los ecosistemas mediáticos y las reconfiguraciones de sus ecologías, a través de un proceso que conecta los dispositivos y las tecnologías con los relatos y las maneras de narrar. Así, como indica Marie-Laure Ryan en su texto *Narrative across Media*: “La cuestión de cómo las propiedades intrínsecas dan forma y afectan la experiencia narrativa, no puede ser ignorada por más tiempo”² (Ryan, 2004: 1).

A riesgo de sonar determinista y de parecerse al criticado postulado *mcluhiano* de “El medio es el mensaje”, esta consideración de

² En el original: “(...) the question of how the intrinsic properties of the medium shape the form of narrative and affect the narrative experience can no longer be ignored” (Ryan, 2004:1)

Ryan apunta a explorar las complejas conexiones que se dan entre narración y plataforma mediática, en términos de una codeterminación sustancial que diferencia el concepto de *medio* de la idea de *canal*. En esta misma dirección agrega Ryan:

Incluso cuando tratan de hacerse invisibles, los medios no son canales huecos para la transmisión de mensajes, sino más bien, soportes materiales de información cuya materialidad, precisamente, “importa” para el tipo de significados que se pueden codificar. De cualquier forma, funcionan como canales transmisores o proporcionar la sustancia física, para la inscripción de los mensajes narrativos, los medios difieren ampliamente en su eficiencia y poder expresivo (Ryan, 2004: 1-2)³.

Pero no son solamente las relaciones entre medio y narrativa las que conviene explorar, sino además los particulares modos de recepción y apropiación de los medios y los relatos que circulan a través de ellos, los cuales modifican y determinan los procesos de apropiación y elaboración individual y social de sentido.

Así las cosas, dos horizontes interesantes se dibujan en el ámbito de la definición del concepto de transmedialidad: uno, las comprensiones teóricas de origen semiótico, narratológico o de teorías híbridas que conectan los diversos medios a través de campos emergentes como el de los estudios mediáticos comparados, la narratología transmediática y los estudios de audiencias, de tal suerte que, en términos de Carlos Scolari: “Ambos enfoques, el antropológico y el semio-narratológico, son perfectamente complementarios y sirven para desplegar una mirada integrada de las narrativas transmediáticas” (Scolari, 2010b: 77); y dos, nos encontramos con orientaciones hacia el diseño y la producción de experiencias transmediales. Un conjunto de reflexiones resultantes del saber-hacer de creadores que proporcionan claves de transición entre las maneras habituales de realización y las dinámicas propias de la gestión de un proyecto transmediático⁴.

³ En el original: “(...) Even when they seek to make themselves invisible, media are not hollow conduits for the transmission of messages but material supports of information whose materiality, precisely, “matters” for the type of meanings that can be encoded. Whether they function as transmissive channels or provide the physical substance for the inscription of narrative messages, media differ widely in their efficiency and expressive power”. (Ryan, 2004: 1-2).

⁴ Para ver un ejemplo de este tipo de guías orientadas hacia la creación de proyectos transmedia, véase (Pratten, 2011).

Ambos tipos de abordaje nos proporcionan material clave para aclarar un concepto complejo y un fenómeno que debe abarcarse a través de múltiples perspectivas que contemplan e integren tanto las dimensiones textuales y de creación, como las de posproducción y cocreación de los prosumidores/fans; es decir, que convoquen miradas interdisciplinarias. De este modo, como lo sugiere Carlos Scolari:

Los mundos narrativos transmediáticos constituyen un verdadero desafío para la narratología y la semiótica narrativa, campos de estudio fuertemente monomediáticos –existe una semiótica del teatro, de la radio, del cine, etc., pero todavía no existe una semiótica de lo transmediático– y poco acostumbrados a analizar narrativas multimodales de alta complejidad caracterizadas por textualidades hiperfragmentarias, decenas de personajes y programas narrativos (Scolari, 2010b: 77).

Ahora bien, cabrá preguntarse los alcances y limitaciones de un marco narratológico como herramienta para comprender la compleja red de conexiones textuales, expresivas y los diversos modos de participación y cooperación entre creadores y públicos en un sistema de entretenimiento transmedia.

3. Algunas consideraciones sobre el concepto de *transmedia*

Este desafío interpretativo demanda un ejercicio de rastreo de los antecedentes del concepto que nos ayude a pensarlo desde la tradición de las ciencias humanas y los estudios de comunicación, a la par de la exploración de las variantes y precisiones que la comunidad académica ha venido logrando desde la primera sugerencia teórica que hace Marsha Kinder⁵ en 1991 a partir de la observación de contenidos narrativos para el entretenimiento infantil.

En la investigación que daría lugar al libro *Playing with power in movies, television, and video games*, Kinder observó las relaciones intertextuales existentes entre los contenidos que se estaban desarrollando para la televisión y los videojuegos, las películas, productos de marketing y las plataformas multimedia e interactivas.

⁵ Tradicionalmente las referencias que hemos tenido sobre los orígenes del concepto de transmedialidad, nos remiten a la figura de Henry Jenkins, sin embargo gracias al trabajo de Vicente Gosciola (2012) en su texto “Narrativa transmídia: conceituação e origens” logramos ubicar a los aportes que al respecto hizo Marsha Kinder en la década de 1990.

El libro de Kinder se centra especialmente en el caso de la serie de dibujos animados *Las tortugas ninja*⁶ y atiende el análisis de este producto como fenómeno exitoso para el marketing de productos de entretenimiento, planteando así, la existencia de un “supersistema comercial de intertextualidad transmedia” (Kinder, 1991: 42), el cual proporciona entradas a un complejo de lectura narrativa más amplio, a partir de la estructuración de personajes, géneros, voces y convenciones que posibilitan nuevas combinaciones.

El hecho de estudiar productos como *Las tortugas ninja*, le permitió a Kinder diferenciar las nociones de intertextualidad y transmedialidad. Respecto a la primera, observó cómo la historia de *Las tortugas ninja* ya tenía en sí misma elementos intertextuales como por ejemplo, los nombres de los personajes y su conexión con artistas del renacimiento: Donatello, Miguel Ángel, Rafael y Leonardo. Kinder lee el concepto de intertextualidad desde John Fiske, quien plantea que “cualquier texto es necesariamente leído en relación con otros textos” (Fiske citado por Kinder, 1991: 46)⁷. Por otro lado, el concepto de *transmedialidad* lo entendió como la posibilidad de transitar la narración por diferentes medios, como videojuegos, películas, televisión, entre otros.

De todo esto, una de las conclusiones a las que llega el trabajo de Kinder es que la creación de sistemas de *intertextualidad transmedia* “(...) facilita no sólo la comprensión y el recuerdo de las historias, sino también el desarrollo de esquemas complejos de historias que se diferencian en los conflictos, personajes y modos de producción de la imagen” (Kinder, 1991: 59)⁸.

Hacia el año 2000 los desarrollos concernientes a la *World Wide Web* produjeron evidentes cambios que se destacaron por la interactividad y la participación de los usuarios, es decir, empezaba a

⁶ Este fue el título con el que se presentó la serie de dibujos animados para Colombia. En Estados Unidos, país de origen del seriado, se presentó como *The Teenage Mutant Ninja Turtles*. Como lo indica Kinder este programa hacía parte habitual del consumo televisivo de su hijo, quien además del seriado, era fanático del videojuego producido por la marca *Konami* para Nintendo, de la película que se lanzó en 1990 y, además, de los múltiples juguetes con la imagen de los personajes, asunto que motivó su indagación sobre este fenómeno.

⁷ En el texto original de Kinder “The theory of intertextuality proposes that any one text is necessarily read in relationship to others” (Kinder, 1991: 45).

⁸ En el original: “(...) helps to facilitate not only the comprehension and recall of stories, but also the development of more complex schemata of what stories are like, with their highly complex patchwork of similarities and differences in plots, characters, iconography, mise-en-scène, and modes of image production.” (Kinder, 1991: 59).

despuntar lo que hoy conocemos como *Web 2.0*. Gracias a la banda ancha, aumentaron las velocidades y capacidades de transmisión de datos por Internet, y con esto se empezó a visualizar lo que la investigadora Brenda Laurel (2000) definió como *post-convergencia*, fenómeno que permitió la interrelación entre medios, formatos y usuarios.

La experiencia de Laurel en la industria del entretenimiento a través de medios digitales, concretamente como diseñadora de juegos de video, la llevó a hacerse la pregunta por la manera de contar historias y adoptó la idea de lo *transmedial*, como una forma de oposición a la “reutilización” narrativa habitualmente aplicada por la industria del entretenimiento. Así lo expresa la autora:

El proceso de producción de contenidos ha consistido, hasta el momento, en una “reutilización” –más o menos exitosa– en la cual el contenido transita de un medio a otro: película para TV, TV al cine, los videojuegos al cine, TV a web, videojuegos para web [...], etc. En un mundo de post-convergencia, esta será una manera mucho menos eficiente de hacer las cosas. (Laurel, 2000)⁹.

Para Laurel, la *post-convergencia* obligó a la industria a “(...) identificar y comprender a las audiencias y sus contextos” (Laurel, 2000), es por eso que diseñó un modelo compuesto por ocho reglas básicas propuestas para la creación de contenidos. La primera de ellas, pertinente en el contexto de este artículo, tiene que ver con lo que la escritora definió como el pensamiento *transmedia*:

Desde el principio debemos pensar en términos “*transmedia*”. La autoría tradicional es formal, es decir, se piensa primero en la forma del drama, de la novela o del juego, y dicha forma guía la selección y disposición de los materiales. La nueva forma de autoría es de naturaleza material, es decir, se pone el énfasis en el desarrollo de materiales que pueden ser seleccionados y dispuestos para producir muchas formas diferentes (Laurel, 2000)¹⁰.

⁹ En original: “(...) the content process thus far has consisted of “repurposing”, more or less successfully, content from one medium for another - film to TV, TV to film, videogame to film, TV to web, videogame to web, doll to web (and therein lies some pretty ugly pink stuff), cartoon to radio, radio to web, etc. In a post-convergence world, this will be an even less efficient way to do things than it is right now. In a moment I will offer some guidelines for content creation in this brave new world, but first, I need to plague you with one more analysis of just what “post-convergence” might mean.” (Laurel, 2000)

¹⁰ En el original: “(...) We must think in “transmedia” terms from the beginning. Traditional authoring is formal that is, one thinks first of the form drama or novel or game, for example, and it is the form that

Justo el planteamiento hecho por Brenda Laurel acerca del fenómeno *transmedia* en el contexto de la convergencia tecnológica, fue ampliado un año después por el profesor investigador del M.I.T Henry Jenkins, quien en su artículo “Convergence? I Diverge” desarrolló el concepto de convergencia como “la intersección de tecnologías, industrias, contenidos y audiencias” (Jenkins, 2001) y retomó –sin desarrollarla con profundidad–, la noción sobre *narrativa transmedia*, que se propuso depurar en 2003 en su artículo “Transmedia Storytelling”.

En la forma ideal de la narración transmedia, cada medio hace lo que mejor sabe hacer, de modo que una historia puede ser introducida en una película, expandirla a través de televisión, novelas y cómics, y su mundo podría ser explorado y experimentado a través del juego. Cada entrada de una franquicia debe tener autonomía suficiente para permitir el consumo independiente. Es decir, no es necesario haber visto la película para disfrutar del juego y viceversa. (Jenkins, 2003)¹¹.

El aporte de Jenkins es, para muchos autores, el planteamiento inicial en torno a la concepción sobre lo *transmedia*, y desde él se han empezado a concebir otras contribuciones que permitieron el desarrollo de nociones que a su vez generaron un “músculo teórico” más fortalecido, en tanto se crearon categorías que llevaron a que hoy hablemos, como lo estamos haciendo, sobre la *narrativa transmedia*.

Siguiendo con el trabajo de Jenkins, si bien concebimos que primero estuvieron las nociones transmedia de Kinder y Laurel, la importancia de Henry Jenkins, radica en la consolidación que hace en su texto *Convergence Culture*, en torno a la *narrativa transmedia*, y la claridad en diferenciarla con otro neologismo producto de la convergencia: el concepto de *crossmedia*.

Para el autor la diferencia entre *narrativas transmedia* y *crossmedia*, radica en que esta última pretende que una historia pase a través

guides the selection and arrangement of materials. New authoring is material in nature - that is, it places the emphasis on developing materials that can be selected and arranged to produce many different forms.

¹¹ En el original: “(...) In the ideal form of transmedia storytelling, each medium does what it does best-so that a story might be introduced in a film, expanded through television, novels, and comics, and its world might be explored and experienced through game play. Each franchise entry needs to be self-contained enough to enable autonomous consumption.”

de medios, cambiando solamente el lenguaje del nuevo medio en el que se publica, mientras que la *transmedialidad* implica que no hablemos de una historia, sino de un universo narrativo¹², de tal manera que se permita, no solo un proceso de adaptación del lenguaje de un medio a otro, sino un efecto de expansión de la historia que se complementa con la *orquestración*¹³ de diferentes medios. En pocas palabras, como se ha precisado en otros contextos, toda narrativa transmedia es en principio *crossmedia*, pero no toda producción *crossmedia* llega a ser necesariamente *transmedia*.

4. Algunos debates conceptuales

Un cuarto autor que nos parece pertinente citar en lo que concierne a la producción teórica que amplía el concepto de *narrativa transmedia* es el profesor e investigador Carlos Scolari, quien ha sido quizás uno de los académicos más comprometidos con el tema en el contexto iberoamericano.

Precisamente, Scolari (2010b) ha seguido muy de cerca los conceptos planteados por Jenkins y le reconoce su llegada a la *narrativa transmedia* a partir de las producciones de los usuarios, pero como lo plantea el mismo autor, este objeto de estudio permite otras entradas, como las de tipo narratológico y semiótico, de las cuales ya hablamos en la primera parte de este texto.

Pero el trabajo de Scolari no se ha quedado sólo en la tarea de divulgar la obra de Jenkins, también ha avanzado en aportes de tipo más práctico como estudios de caso y en contribuir con el planteamiento de otras categorías que amplían el grueso teórico del tema. Es precisamente en este punto en que Scolari (2010b) en su texto “Narrativas transmediáticas, estrategias cross-media e hipertelevisión” plantea la posibilidad de que en la *narrativa transmedia* no sólo se pueda hablar de expansión, sino que también se pueda adoptar la idea de comprensión.

¹² Entendemos universo narrativo como el complejo entramado que resulta de la articulación de lo que Klawnsrup y Tosca definen como Mundos transmediales: “[...] sistemas abstractos de contenido que puede tener un repertorio de historias de ficción y personajes actualizados o que se derivan a través de una variedad de formas de comunicación. Lo que caracteriza a un mundo transmedial es que el público y los diseñadores comparten una imagen mental de la “worldness” (una serie de características distintivas de su universo)”. (Klawnsrup – Tosca, 2004: 409).

¹³ Este concepto aportado por las reflexiones sobre los juegos de realidad alternativa (ARG) supone la idea de una autoría colectiva y de un equipo de soporte a al conjunto del sistema de entretenimiento y a experiencias de entretenimiento en tiempo real. La noción de orquestración ha sido desarrollada más ampliamente en el texto *Pervasive Games* (2009) de Markus Montola, Jaakko Stenros y Annika Waern.

[...] muchos contenidos audiovisuales, más que expandir el relato, lo reducen a su mínima expresión o se presentan bajo la forma de nano-relatos: *trailers*, recapitulaciones (recaps), videos sincronizados (synchros), etc. Sin llegar a proponer nuevos personajes o historias, estos minitextos también aportan otras claves de lectura del mundo narrativo y, a su manera, comienzan a formar parte del universo transmediático. (Scolari, 2010b: 84).

Esta idea de *compresión* desde Scolari nos es interesante, pero sería pertinente analizarla para entender, si en un contexto transmedia, se puede dar este fenómeno o como apunta Jenkins, sólo se dan las *expansiones*.

Para intentar explicar esto, vamos a partir de las apreciaciones de Kinder en torno a los *sistemas transmedia*, los mismos que, según la autora, en su composición, adquieren dos tipos de intertextualidades: una horizontal y otra vertical¹⁴. De esta manera Marsha Kinder señala que:

(...) la distinción que Fiske hace entre las formas de intertextualidad horizontal (alrededor de los textos primarios), organizados en torno al género o los personajes, por un lado, y la intertextualidad vertical “entre un texto primario, tal como un programa de televisión o serie, y otros textos de diverso tipo que hacen referencia explícita a ella (como publicidad, ID de la estación, los artículos periodísticos, y la crítica) (Kinder, 1991: 46-47)¹⁵.

Partiendo de lo anterior podríamos decir, que para analizar un sistema *transmedia* habría que ubicar los dos tipos de intertextualidad: uno, el referido al universo narrativo (es decir, la historia que está contando); y el otro, a los productos que dan cuenta del sistema pero que no afectan la historia. En ese sentido, cuando los productos que están entrando a un sistema transmedia, están afectando el universo narrativo, los fenómenos que se dan –siguiendo a Jenkins– son de carácter *expansivo*, es decir, cualquier producto que se haga y que tenga que ver con la historia, nunca la contrae, sólo la expande o la deja tal cual como está.

¹⁴ Cabe anotar que estos planteamientos en torno a los tipos de intertextualidad que hace Kinder, son retomados de las posturas de John Fiske.

¹⁵ En el original: “(...) the distinction Fiske makes between horizontal forms of intertextuality (among primary texts) organized around genre or character, on the one hand, and vertical intertextuality “between a primary text, such as a television program or series, and other texts of a different type that refer explicitly to it” (such as publicity, station ID’s, journalistic articles, and criticism), on the other)”. (Kinder, 1991: 46-47).

Por otra parte, cuando los productos que ingresan al sistema transmedia, no tienen que ver específicamente con la intertextualidad que afecta la historia, es decir, no están creando nuevas posibilidades para el universo narrativo, estos productos podrían presentar el fenómeno de la *compresión*, pero nunca del universo narrativo, sino de la duración como tal de dichos productos y tampoco del segundo tipo de intertextualidad, pues al aparecer nuevos productos el sistema por defecto se amplía.

Resumamos: cualquier producto, sea cual sea, amplía el sistema transmedia, unos lo hacen desde la diégesis o sea que ensanchan el universo narrativo y aquellos, los que sugiere Scolari como *compresores*, aunque cumplen una función de síntesis, de resumen o de ordenamientos cronológicos de la historia, no comprimen el universo narrativo, lo conservan tal cual, y además cumplen una función de propagación del sistema general de productos transmedia.

Para hacer una explicación más clara al respecto partamos de las nociones de horizontalidad y verticalidad de Kinder y grafiquemos lo que sería el sistema de intertextualidad transmedia.

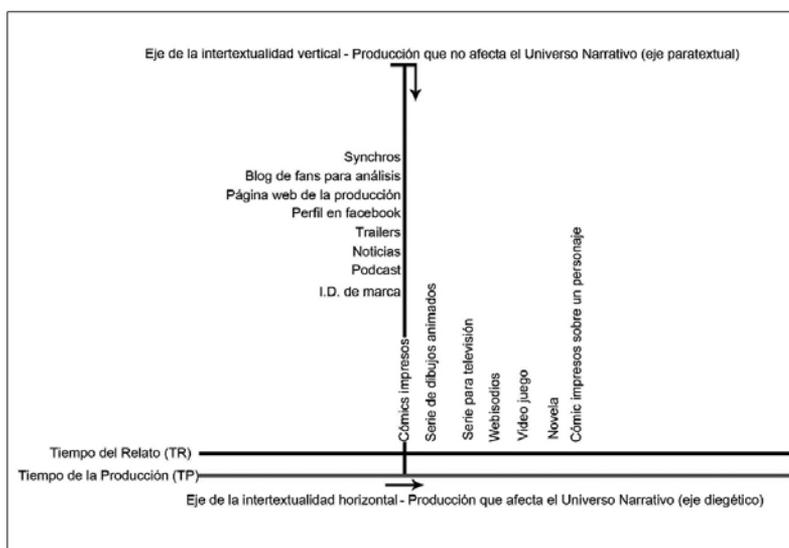


Gráfico 1: "Sistema intertextual transmedia". Gráfico realizado por los autores a partir de la interpretación de la noción de *intertextualidad horizontal y vertical* de Marsha Kinder, y los planteamientos de Gerard Genette sobre *paratextualidad* (ver nota 17).

Como vemos, el gráfico anterior (ver Gráfico 1) articula los dos ejes que conformarían un sistema intertextual transmedia: en primer lugar está el eje que Kinder define como *intertextualidad horizontal*, y que nosotros entenderemos como *eje diegético*. En él se ubican todos los productos que se construyen dentro del sistema y tienen incidencia directa en la narrativa. Es decir, en este eje situamos la *narrativa transmedia* de la que hablan Henry Jenkins y Carlos Scolari, entre otros autores. Por tanto, los productos que nosotros incluimos como pertenecientes a la *narrativa transmedia* son sólo aquéllos que afectan la diégesis o, como nos hemos permitido llamar, el universo narrativo. En este eje situamos la *obra seminal* –la que da origen a la narración– y las demás obras que empezarían a alimentar o en términos de Jenkins, a expandir esa narración¹⁶.

En segundo término, el otro eje, el de la *intertextualidad vertical*, en palabras de Kinder, lo hemos definido como *eje paratextual*¹⁷, y se refiere a las producciones que hacen referencia a las obras ubicadas en el *eje diegético*, pero que no constituyen ampliación de la narrativa. Aquí incluimos los ID's de marca¹⁸, los *trailers*, noticias, blogs de análisis, y demás productos realizados por la franquicia o los fans, pero que no expanden el universo.

Tengamos en cuenta, que si bien el universo no se expande, tampoco se comprime, como lo dijimos con anterioridad y en ese sentido el universo se mantiene igual. Con la aparición de estos productos paratextuales, se expande el eje vertical, en tanto se amplían las producciones que hablan de las obras pertenecientes a la narrativa transmedia y por ende, el sistema completo se ve alimentado.

De todo esto podemos concluir que el concepto de narrativa transmedia no debe ser entendido como todo el cúmulo de productos generados alrededor de un universo narrativo. Proponemos mejor

¹⁶ Volveremos más adelante a la noción de *obra seminal* para analizar otros conceptos que consideramos deben ser tenidos en cuenta para nutrir lo que Laurel (2000) define como el pensamiento transmedia.

¹⁷ Según Genette (1989), la paratextualidad es: "la relación [...] que, en el todo formado por una obra literaria, el texto propiamente dicho mantiene con lo que sólo podemos nombrar como su paratexto: título, subtítulos, prefacios, epílogos, advertencias, prólogos, etc.; notas al margen, a pie de página; epígrafes; ilustraciones [...] y muchos otros tipos de señales accesorias, autógrafas o alógrafas, que procuran un entorno (variable) al texto". El concepto de Genette nos permite pensar la narrativa transmedia (en el eje diegético) como analogía de la obra literaria y los demás productos que no tienen injerencia en el desarrollo de la narrativa, también por extensión análoga, como sus paratextos integrados al sistema intertextual transmediático.

¹⁸ En el ámbito de la industria de la comunicación mediática, se conocen como ID's de marca, los elementos identificadores de programas, canales, o estaciones de radio y/o televisión.

que la narrativa transmedia¹⁹ se encuentra constituida únicamente por aquellos que se ubican en el eje diegético y que al sumar ambos ejes lo que obtenemos es un *sistema intertextual transmedia*. Dicho de otra, manera reivindicamos y acogemos el concepto que Marsha Kinder propuso en 1991 y que valoramos como altamente fecundo para efectos de los análisis en el ámbito de la narrativa transmedia.

Hasta ahora nos hemos detenido a explicar los ejes paratextual y diegético, pero es precisamente en este último en el que hallamos la necesidad de generar una diferenciación para que funcione el análisis del sistema. Como se observa, el eje diegético tiene dos líneas, una superior que hemos denominado *tiempo del relato*, y una inferior que llamaremos *tiempo de la producción*.

La primera línea (TR), que se refiere al tiempo del relato, nos ubica en el tiempo en el que está ambientada la historia. En ese sentido el tiempo del relato arranca en cero que es una variable, es decir, si la narración se desarrolla en el 2013, ese 2013 es el año cero, y a partir de él podemos identificar cuándo hay una obra posterior, en producción, que se adaptó o se transmedializó. Cabe aclarar que si el TR de las obras posteriores a la obra seminal es igual a cero, esto puede significar que la obra posterior abrió un sistema crossmedia –si no expandió la historia–, o transmedia –si la expandió a partir de un hecho, un personaje o cualquier otro elemento diferente al tiempo–.

Por ejemplo, si tomamos como referencia la serie de televisión *Lost* –producto que Jenkins analizó como caso exitoso de narrativa transmedia– el primer capítulo –entendiendo la serie como *obra seminal*– le plantea al espectador un hipotético tiempo para el desarrollo de la trama que se ubica en un año no precisado de la primera década del siglo XXI. La narrativa de *Lost* en los primeros episodios es lineal y hace uso de pequeños y comunes saltos en el tiempo hacia atrás o, en palabras de Genette, juega con la *analepsis*. Pero después de la cuarta temporada, la serie empieza a tener un manejo del tiempo muy diverso, saltos hacia delante –*prolepsis*–, y en algunas oportunidades emplea hasta tres tiempos simultáneos, cuando en una parte de la isla algunos personajes están en La década de

¹⁹ Nos parece pertinente aclarar que cuando hablamos de narrativa transmedia en singular, nos referimos a un relato y todos los productos que convergen en un sistema intertextual particular, por ejemplo el caso de *Lost*. Cuando hablamos en plural, aludimos a la multiplicidad de sistemas intertextuales que coexisten en la industria cultural; por ejemplo, *Lost*, *The walking dead*, *Las tortugas ninja* son en conjunto narrativas transmedia.

1970, en otra parte otros están en los 90 y, en otra, continúan en el tiempo de inicio de la trama. Fijémonos que en este caso siempre se está haciendo alusión a los tiempos internos del relato, siempre son tiempos que tienen que ver con la diégesis. En otras palabras, en la línea TR del eje diegético podemos hablar de *analepsis* y *prolepsis*²⁰.

Ahora encarguémonos de explicar la línea inferior, la que hemos denominado, tiempo de la producción (TP), y que se refiere al momento en el que se publica la obra. Este tiempo de producción puede coincidir o no con el mismo tiempo de la narración de la obra seminal.

Volviendo al caso de *Lost*, la obra seminal, como producto, se empieza a emitir en el 2004, momento que en apariencia coincide con el tiempo propio sugerido en la narración y que es el de los personajes. Es evidente que el tiempo de la producción siempre es consecutivo, sin importar que la historia contada, bien sea en la misma serie o en otro producto –novela, videojuego, película, entre otros– haya retrocedido o avanzado en el tiempo diegético.

En ese sentido, en la línea del tiempo de la producción, no hablamos de *analepsis* o *prolepsis*, sino de *preuelas* y *secuelas*. Es decir, nos referimos a ellas como contenidos que siempre se producen a partir de una obra seminal, aunque lo contado entre a complementar la diégesis en un punto anterior o posterior. En síntesis, las *preuelas* son productos posteriores cuya función es poner evidencia *analepsis diegéticas*, mientras que por su parte, las *secuelas* son productos derivados cuyo cometido es plantear desarrollos de posibles *prolepsis diegéticas*.

5. Obras seminales y obras núcleo

Otro aspecto que se desprende del análisis de la matriz propuesta en el gráfico tiene que ver con un concepto que planteamos en páginas anteriores y que nos parece pertinente ahondar en el escenario de los estudios sobre narrativas transmedia, nos referimos a la noción de *obra seminal*.

Como insinuamos con anterioridad, con obra seminal aludimos al producto que da inicio a un sistema narrativo, pero una obra se-

²⁰ Los conceptos de *analepsis* y *prolepsis* son postulados por Gerard Genette (1989) en su obra *Figuras III*. Dichos términos corresponden en inglés a *Flashback* y *Flashforward*, respectivamente.

minial no es la única que tiene la condición de catapultar una narrativa transmedia. Cualquier obra, independiente de su formato, es potencialmente generadora de un sistema intertextual transmedia. Cuando un producto se deriva de ella puede tener dos condiciones: que inicie un *sistema transmedia* o un *sistema crossmedia*. En este último caso, y acercándonos a la concepción de Jenkins, pasa más que por la expansión, por la adaptación. Ahora bien, el sistema transmedia aparece en el momento en que hay expansión, y por ello denominamos núcleo a la obra que potencia el desarrollo del sistema.

Entendemos en este caso que una obra *núcleo* es aquella que permite la expansión del universo narrativo, en ese sentido, una obra *seminal*, puede ser o no el *núcleo* que dé nacimiento a la narrativa transmedia. Pero, ¿cómo sabemos que una obra es *núcleo*?

En el sistema intertextual transmedia los productos que lo integran se referencian y se interrelacionan en ambos ejes o en uno de ellos (ver gráfica 2); sin embargo, uno de estos productos aparece como aquél que aglutina en torno suyo, la mayor cantidad de referencias y relaciones con los demás, tanto en el eje diegético como en el eje paratextual convirtiéndose en el núcleo del sistema. No está por demás recordar que tanto la obra seminal como la obra núcleo se alojan en el eje diegético, en tanto afectan el universo narrativo.

A continuación presentamos el ejemplo de *The Walking Dead*, sistema intertextual transmedia surgido a partir de la serie norteamericana del mismo nombre que reactivó lo que Jenkins (2010) denomina la *cultura fan*, alrededor de las narrativas zombi.

El cuadro (ver Gráfico 2) revela, a través de las líneas de interrelación existentes en el fenómeno *The Walking Dead*, que si bien la obra seminal es el cómic producido por la empresa Image Comics en 2003, no es éste el que detona la transmedialidad, pues es sólo hasta el tercer formato, serie para la televisión –año 2010–, cuando inicia la formación de una narrativa transmedia y de su respectivo sistema intertextual, en el sentido en que los hemos entendido a lo largo de este texto. Así mismo, podemos demostrar cómo la serie televisiva se convierte en el núcleo del sistema por ser ella la que mayor cantidad de relaciones intertextuales y paratextuales ha generado.

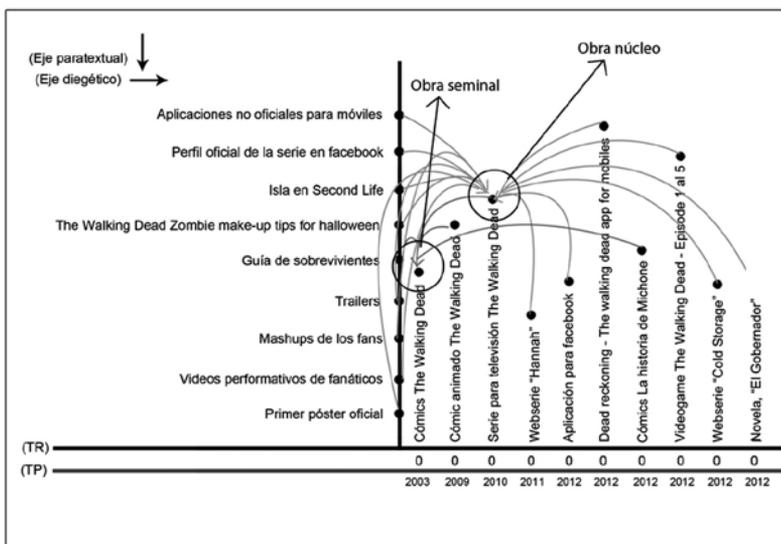


Gráfico 2: Sistema intertextual transmedia aplicado al caso *The Walking Dead*.

6. A modo de conclusión: los límites de la interpretación narratológica para analizar sistemas intertextuales transmedia

En este momento de la discusión conviene preguntar ¿cuáles son los límites de la comprensión narratológica de los sistemas intertextuales transmedia?

Si bien en los sistemas intertextuales transmedia se encuentran producciones para cuyo estudio aplican marcos interpretativos narratológicos, al punto que se pueden establecer relaciones intertextuales entre obras seminales y obras núcleo, tal y como se expuso antes, es evidente también que se establecen otro tipo de relaciones de orden paratextual²¹ y conexiones con medios, lenguajes, plata-

²¹ Para ver un desarrollo más amplio de la paratextualidad en los sistemas de entretenimiento y sus aportes a la configuración del tipo de experiencias que proveen conviene revisar el trabajo que sobre este propósito desarrolló Jhonatan Gray (2010) en su texto *Show Sold Separately. Promos, Spoilers and Other Media Paratexts*. Para Gray los paratextos constituyen una parte fundamental de un proyecto narrativo en la medida en que preparan los espacios de recepción para el consumo cultural de proyectos de entretenimiento, generan expectativa, sintetizan aspectos nodales de los argumentos y las tramas e, incluso, favorecen interpretaciones por parte de los receptores.

formas y tipos de producción cultural que exceden la definición de narrativa en el sentido tradicional, como es el caso de juguetes, productos de mercadeo (*merchandising*), juegos de rol, videojuegos, juegos de realidad alternativa (ARG, por su sigla en inglés *Alternate Reality Games*), activaciones publicitarias, conversaciones y acciones en redes sociales, además de otras prácticas que insertan actividades y producciones de los fanáticos y usuarios como parte constitutiva de un sistema de entretenimiento complejo y diverso.

En esta dirección cobra sentido la idea de hablar de “sistemas intertextuales transmedia” como parece sugerir Marsha Kinder y no sólo de “narrativa transmedia” pues si bien la narratividad es una propiedad básica de este tipo de producciones, no resuelve la diversidad de tipos de productos y experiencias estéticas que proporciona.

De este modo conviene mencionar la diferencia que establece Marie-Laure Ryan entre el “ser narrativo” (*being a narrative*) y el “poseer narratividad” (*possessing narrativity*). Al respecto la autora dice:

Para describir estas dos modalidades, propongo establecer una distinción entre “ser narrativo” y “posesión de narratividad”. La propiedad de “ser” una narrativa puede predicarse de cualquier objeto semiótico producido con la intención de evocar una secuencia narrativa en la mente de la audiencia. “La posesión de narratividad” de otro lado, se refiere a ser capaz de evocar dicha secuencia. Además de la vida en sí misma, las imágenes, la música o la danza puede tener narratividad sin ser una narrativa en sentido estricto. (Ryan, 2004: 9)²².

Para el caso que nos interesa es claro, por citar un ejemplo, que los juguetes de acción derivados de *Las tortugas ninja* o de cualquier otra película o serie animada, tienen un potencial narrativo interesante que se despliega en las actividades de juego de los fanáticos. Sobre este particular Jonathan Gray afirma, aludiendo al caso específico de los juguetes de acción de la saga *Star Wars*:

²² En el original: “To describe these two modalities, I propose to make a distinction between “being a narrative” and “possessing narrativity”. The property of “being” a narrative can be predicated on any semiotic object produced with the intent of evoking a narrative script in the mind of the audience. “Having narrativity”, on the other hand, means being able to evoke such a script. In addition to life itself, pictures, music or dance can have narrativity without being narrative in a literal sense” (Ryan, 2004: 9).

Mientras los críticos culturales han visto los juguetes de acción como un ejemplo particularmente atroz de manipulación y consumismo sin sentido, yo sostengo que los juguetes han sido una fuente fiable para acceder al texto, enmarcando e intensificando muchos de los temas de las películas, permitiendo al mismo tiempo que el universo de *Star Wars* sea habitable. Esta cuestión de hacer los mundos narrativos accesibles y habitables se extiende a una discusión sobre las distintas formas de juegos relacionados con películas o programas de televisión que permiten a los jugadores introducirse en un texto para explorar, probar y/o crear partes del mundo narrativo interactivamente (Gray, 2010: 21)²³.

Desde este punto de vista, observamos una dependencia del universo narrativo que instalan las obras seminales y, en este sentido, hay una conexión consistente entre las características formales de los personajes y los accesorios que los acompañan, pero en sí mismos los juguetes de acción y lo que sucede con ellos en el mundo cotidiano de sus usuarios no pueden analizarse en un marco narratológico, pese a que son parte fundamental de la ampliación de la experiencia de entretenimiento, de la recordación de las propiedades estéticas del sistema y su persistencia en las enciclopedias culturales de sus fanáticos.

Asuntos similares ocurren en el caso de las acciones que las franquicias desarrollan en medios sociales como por ejemplo *The Talking Dead*, una estrategia conversacional que desarrolla AMC, la productora de la serie transmedia *The Walking Dead*, un espacio en el que se generan intervenciones que oscilan entre la promoción de la serie, la crítica y la especulación sobre aspectos narrativos y extranarrativos –del tras escena de la producción–, pero que tiene como finalidad reforzar y colectivizar la experiencia de consumo mediático asociada a la serie, incluso, en algunos casos, estos canales se convierten en medios a través de los cuáles los creativos se valen de las expectativas, predicciones, elucubraciones e, incluso, de las propuestas de los fanáticos para alimentar los proyectos creativos mismos.

²³ En el original: “Whereas cultural critics have long seen licensed toys as a particularly egregious instance of mindless and manipulative consumerism, I argue that the toys became a viable source of the text, framing and intensifying many of the film’s themes, while also allowing the Star Wars universe to be inhabitable. This concern with making storyworlds accessible and inhabitable then extends into a discussion of various forms of film- or television show-related games that allow players into a text to explore, sample, and/or create parts of the storyworld interactively”. (Gray, 2010: 21).

Estas características son típicas de los entornos Web 2.0, centrados en la cuestión de la colaboración y la constitución de comunidades conversacionales y de interés, cuyas dinámicas y flujos de interacción entre usuarios, responsables, hasta cierto punto, además, de la coproducción y regulación de los contenidos, constituyen el núcleo central de esta tendencia orientada a la producción social de valor tanto como de sentido.

Estos entornos poseen dinámicas propias, la naturaleza del ejercicio comunicativo que ocurre en su interior transforma, hasta cierto punto, las lógicas verticales típicas de los medios tradicionales, para dar paso a flujos conversacionales de *muchos a muchos*, al punto que los usuarios, como ha descrito en incontables ocasiones Jenkins, se dan la libertad de crear sus propios contenidos alejados de la autoría inicial de los sistemas de entretenimiento.

En este sentido, esa suerte de “ruido creativo” que se introduce gracias a la producción o posproducción de los usuarios no es sino la constatación de que “La cultura de los fans supone un desafío a la ‘naturalidad’ y conveniencia de las jerarquías culturales dominantes, un rechazo a la autoridad del autor y una violación de la propiedad intelectual” (Jenkins, 2010: 31).

Es claro que desde la perspectiva de las productoras y agentes de las franquicias transmedia se trata de generar un espacio más o menos controlado para el surgimiento de las apuestas creativas generadas del lado de los usuarios y que en otros contextos han surgido espontáneamente y sin ningún control, convirtiéndose para la perspectiva conservadora de algunas empresas de entretenimiento en un riesgo para la exclusividad comercial de una franquicia.

Sin embargo, estos espacios, al igual que los juguetes de acción y productos de *merchandising*, no se pueden reducir al ámbito de lo puramente comercial, puesto que las audiencias-consumidores suelen abrirse espacio allí para poner en juego sus propias apuestas interpretativas y creativas, es decir, su propia existencia cultural.

La participación cada vez más activa de los usuarios y la potenciación de la figura del prosumidor, ubican en el plano de los *receptores* una cantera rica en ideas que se transforman en posibilidades de innovación, tanto para las instituciones como para las empresas apegadas a este paradigma de relación orientado a la generación de contenidos por parte de las comunidades, dando lugar a departa-

mentos y roles asociados a la gestión de comunidades (*Community Manager*) y a los contenidos generados por usuarios.

Tal y como lo indica Patricia Seybold (2006) en su texto *Outside Innovation*, los usuarios de un sistema cualquiera tienen un conocimiento profundo de sus propias circunstancias y contextos y, al no estar contentos con las maneras habituales de hacer las cosas, se empeñan constantemente en crear mejores formas de hacer; tal actividad creativa puede ser captada en beneficio de las organizaciones, a través de recursos y de herramientas usadas imaginativamente, en un ejercicio de doble vía que a la vez que capta el interés de los consumidores, capta también su potencial de innovación y creatividad, esto por diversos mecanismos: ofreciendo información, adhesión afectiva, posibilidades de identificación, participación, colaboración entre otros aspectos asociados a una economía de los afectos.

Estas condiciones que están a medio camino entre la producción de sentido a través de experiencias estéticas de distinto orden, la producción de valor a través de relaciones económicas –no gratuitamente se habla de franquicias, *spin offs*, entre otros para aludir a los componentes de un sistema transmedia–, así como las prácticas de usuarios y fanáticos asociadas a los sistemas transmediales, demandan marcos de análisis que conecten las dimensiones semiótico-narrativas con las estéticas, antropológicas e industriales. En este sentido los estudios mediáticos comparados, ámbito en el que puede encuadrarse la transmedialidad, están demandando al campo de la comunicación el cumplimiento de su promesa inter y transdisciplinaria en la aproximación a sus objetos de estudio 

Referencias

- Certeau, Michel De (2000). *La invención de lo cotidiano. I. Artes de hacer*. México D.F.: Universidad Iberoamericana
- Elleström, Lars (2010). *Media Borders. Multimodality and Intermediality*. New York: Palgrave Macmillan.
- Gallego, Felipe (2011). *Diseño de narrativas transmediáticas. Guía de referencia para las industrias creativas en países emergentes en el contexto de la cibercultura*. Manizales: Universidad de Caldas.
- Garrido, Antonio (1997). (Comp.) *Teorías de la ficción literaria*. Madrid: Arco/Libros.
- Genette, Gerard (1989). *Figuras III*. Barcelona: Lumen.
- Gosciola, Vicente (2012). "Narrativas Transmídia: Conceituação e origens". En: Campalans, Carolina; Renó, Denis & Gosciola, Vicente (eds.) *Narrativas transmedia. Entre teorías y prácticas*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Gray, Jonathan (2010). *Show sold separately: promos, spoilers, and other media paratexts*. New York: New York University.
- Heinen, Sandra – Sommer, Roy (2009). (eds.) *Narratology in the age of cross-disciplinary narrative research*. Berlin: Walter de Gruyter.
- Jenkins, Henry (2001). "Convergence? I Diverge." En: <http://www.technologyreview.com/article/401042/convergence-i-diverge/> (Visitado marzo de 2011).
- Jenkins, Henry (2003). "Transmedia Storytelling". En: <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/> (Visitado marzo de 2011).
- Jenkins, Henry (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Jenkins, Henry (2009). *Fans, bloggers y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, Henry (2010). *Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión*. Barcelona: Paidós.
- Kinder, Marsha (1991). *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley: University of California Press.
- Klastrup, Lisbeth – Tosca, Susan (2004). "Transmedia World. Rethinking Cyberworld Design". En: CW '04 Proceedings of the 2004 International Conference on Cyberworlds. Washington, DC.: IEEE Computer Society.

- Klastrup, Lisbeth (2010). "Understanding Online (Game)worlds". En: Hunsinger Jeremy – Lisbeth Klastrup – Matthew Allen (eds.). *International Handbook of Internet Research*. New York: Springer.
- Landow, George (1995). *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona: Paidós.
- Laurel, Brenda (2000). "Creating core content in a post-convergence world". En: http://www.tauzero.com/Brenda_Laurel/Recent_Talks/ContentPostConvergence.html (Visitado enero de 2013).
- Long, Geoffrey (2000). *Transmedia Storytelling. Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company*. Massachusetts: MIT.
- Montola, Markus – Stenros, Jaakko – Annika Waern (2009). *Pervasive Games*. Elsevier: Massachusetts.
- Moreno, Isidro (2002). *Musas y nuevas tecnologías. El relato hipertexto*. Barcelona: Paidós.
- Murray, Janet (1999). *Hamlet en la holocubierta. El futuro de la narrativa en el ciberespacio*. Barcelona: Paidós.
- Orozco, Guillermo (2002). (Coord.) *Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América Latina*. Buenos Aires: Norma.
- Pratten, Robert (2011). "Getting Started with Transmedia Storytelling. A Practical Guide for Beginners". En: <http://www.slideshare.net/ZenFilms/getting-started-in-transmedia-storytelling?from=embed> (Visitado enero de 2011)
- Roig, Antoni (2010). "Nuevos media y formas de producción participativas". En: Gemma, San Cornelio (Coord.) *Exploraciones Creativas: Prácticas artísticas y culturales de los nuevos medios*. Barcelona: UOC Press.
- Ryan, Marie-Laure (2004). *Narrative across Media. The Languages of Storytelling*. Nebraska: University of Nebraska.
- Scolari, Carlos (2010a). "Media ecology. Map of a theoretical niche". En: *Quaderns del CAC* (No. 34, vol. XIII). Barcelona: Consejo del Audiovisual de Cataluña.
- Scolari, Carlos (2010b). "Narrativa transmediática, estrategias cross-media e hipertelevisión". En: *Lostología. Estrategias para entrar y salir de la isla*. Buenos Aires: Cinema.
- Seybold, Patricia (2006). *Outside Innovation. How your customers will co-design your company's future*. Boston: Harper Collins.