

DESARROLLO DE UNIVERSOS TRANSMEDIALES

Propuesta de expansión de los mundos narrativos transmedia desde y hacia los videojuegos por medio de la esquemática.

TESINISTA
DIRECCIÓN

Nicolas Usinquer
LDCV LUD. Silvia Torres Luyo

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Lupe y Raul por su incondicional acompañamiento, por elegirme, darme todas las posibilidades y apoyo.

A Mailo, mi sol y estrellas.

A Willson y Lulu, que, como los mejores support, estuvieron para tirar un Heal en los momentos justos. A Emi Torres, que me acompañó como colaborador profesional en esta investigación.

A las historias, cuentos, fantasías, mitos y leyendas, que envolvieron a mi niño interior en su cálido abrazo.

Agradezco a la educación pública, laica y gratuita. A aquellos docentes que, con sus virtudes, me inspiraron, y quienes, con sus carencias, motivaron mi crecimiento.

I. TEMA	4	III. PLANTEO METODOLÓGICO	40	VI. CONCLUSIONES	71
1.0 FUNDAMENTACIÓN	6	3.0 TIPO DE INVESTIGACIÓN	41	6.0 CONCLUSIONES	72
1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	7	3.1 CORPUS DE ANÁLISIS	42	6.1 LA EXPERIENCIA DE CARTOGRAFIAR UNIVERSOS ENTEROS	75
1.2 OBJETIVOS	8	3.2 INSTRUMENTO DE ANÁLISIS	43	6.2 MENSAJE EN UNA BOTELLA	76
1.3 HIPÓTESIS	9	3.2.1 Herramientas del caso de estudio			
		3.2.2 Sondeo Digital			
II. MARCO TEÓRICO	10	IV. ANÁLISIS Y CORPUS	45	VII. BIBLIOGRAFÍA	78
2.0 VIDEOJUEGOS	11	4.0 ACLARACIONES PRELIMINARES	46	7.0 BIBLIOGRAFÍA	79
2.0.1 Los juegos y el jugar		4.1 CASO ANÁLOGO	46	7.1 GLOSARIO	80
2.0.2 Los juegos y videojuegos		4.2 ASSASSINS CREED	49		
2.0.3 Videojuegos como interfaz cultural		4.3 LEAGUE OF LEGENDS	50		
2.0.4 Ludificación y transmedia		4.4 WORLD OF WARCRAFT	51		
2.0.5 Videojuego como universo		4.5 WIZARDING WORLD	52		
2.1 UNIVERSOS NARRATIVOS	17	4.6 MATRIX	53		
2.1.1 Narrativas transmedia		4.7 REVISIÓN DEL SONDEO	54		
2.1.2 Prosumidores					
2.2 SISTEMAS, ESQUEMAS E INTERACTIVIDAD	28	V. DESARROLLO PROYECTUAL	59		
2.2.1 Sistemas		5.0 JUSTIFICACIÓN	59		
2.2.2 Esquemas		5.1 PRESENTACIÓN DE LA PLATAFORMA	59		
2.2.3 Interactividad		5.2 ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN	62		
		5.3 DESARROLLO DEL CALEIDOSCOPIO	67		
		5.4 CONCLUSIÓN DE LA PROPUESTA	70		



CAPÍTULO I:

TEMA

i

UNA NARRATIVA PARA ATRAERLOS A TODOS...

En los últimos años, un progresivo aumento en la producción de narrativas transmedia ha prosperado gracias a factores como el avance tecnológico, la web 2.0, las hipermediaciones y la convergencia digital de medios. Este tipo de producción implica distribuir elementos de forma planificada y coordinada en distintos medios para que cada uno contribuya de manera original al desarrollo de la narrativa (Jenkins, 2007). Este enfoque se ha utilizado con éxito en sagas nacidas de videojuegos, cine y literatura, creando universos narrativos extensos y con complejos entramados a través de esta

multiplicidad mediática. En dichos fenómenos globalizados es natural que entre consumidores surjan prosumidores; quienes generan contenidos y feedback respecto a las producciones de su interés, integrando una comunidad rica, tanto para ellos mismos, como para desarrolladoras de narrativas transmedia. Los prosumidores son altamente activos en distintas plataformas (Reddit, youtube, wikis, foros) y redes sociales (Twitter, Instagram, Telegram) siendo un ingrediente clave.

Como objeto de estudio relacionándose con los esquemas y los videojuegos, las Narrativas Transmedia son un fenómeno cultural persuasivo, popular y polifacético (Scolari, 2013). Es importante destacar que en las producciones transmediales, cada desarrollador utiliza las herramientas que considera adecuadas, como planillas, modelos y cuadros. Sin embargo, el proceso llevado posteriormente por los prosumidores tiende a ser desordenado, disperso y caótico. Por lo tanto, resulta relevante determinar las características comunes y par-

ticulares de estos ámbitos con el fin de generar una propuesta desde la esquematización, que permita disponer de herramientas. Esto permitiría a los prosumidores e investigadores pensar y proyectar nuevas posibilidades de Narrativas Transmedia (NT en adelante) desde un nuevo lugar común, una herramienta esquemática. Estas herramientas facilitarían no solo la organización de ideas y recursos, sino también la integración de diferentes medios y plataformas de manera coherente y eficaz, fomentando una narrativa más estructurada y accesible. Al establecer un marco de referencia claro, se contribuiría a la consolidación de las Narrativas Transmedia como una disciplina más comprensible y manejable para todos los involucrados en su creación y desarrollo.

...Y ATARLOS AL UNIVERSO TRANSMEDIA

1.0 FUNDAMENTACIÓN

La producción de narrativas transmedia es una tendencia vigente en la actualidad. Se basa en la integración de un relato en diferentes medios, para crear historias más envolventes para el consumidor. Las producciones están compuestas por equipos de desarrollo multidisciplinares, en relación estrecha con sus consumidores. De estos últimos, un sector de ellos se lanza a producir contenido vinculado al medio que observan, volviéndose prosumidores mediáticos (Scolari, 2010).

El desarrollo de una historia es incierto para un consumidor; también serán inciertas sus propias vivencias, derivadas de la recepción-asimilación de dicha historia. Del mismo modo sucede con los juegos o videojuegos, teniendo una multiplicidad de características en común, entre el seguir un relato y jugarlo.

El participar del relato es uno de los motivos por lo que surge el rol del prosumidor. La propuesta de las narrativas transmedias incita a dominar lo que pueda saberse sobre un mundo que está en continua expansión. Con el método clásico de consumir historias se esperaba haber adquirido todo

el conocimiento necesario para que la misma cobrara sentido tras haber concluido una película, libro o programa de radio; Sin embargo, en contextos actuales la modalidad transmedia permite disfrutar el proceso de manera distinta, a modo de vivencias narrativas, dado que *“Las narrativas transmedia no se limitan a dispersar información, sino que proporcionan una serie de roles y metas que los lectores pueden asumir mientras recrean aspectos de la historia a lo largo de su vida diaria.”* (Jenkins, 2009).

Los videojuegos se constituyen como una narración performance en la que el jugador actúa en el desarrollo de la narración (Scolari, 2013). Desde los videojuegos triple A (aquellos realizados con un altísimo presupuesto), hasta los videojuegos indies, buscan volverse productos transmedia para obtener mayor rentabilidad. Así mismo, sagas exitosas de libros, cine o TV, buscan expandirse en los medios, entre otras cosas, con la producción de uno o varios videojuegos (como son casos de éxito la saga *The Witcher*, de Andrzej Sapkowski; o las múltiples adaptaciones del universo *Harry Potter*). Entre los desafíos en el proceso de desarrollar una NT, destacan el mantener la coherencia entre las partes y accesibilidad. Estos aspectos vistos desde el diseño de comunicación visual, pueden sistematizarse, desarrollarse y esquematizarse por lo siguiente:

- Porque *“componer esquemáticamente constituye hoy por derecho propio, un nuevo lenguaje visual. [...] el lenguaje de los esquemas pertenece a la comunicación gráfica”* (Costa, 1998).
- Es importante destacar la eficacia que presenta el uso de herramientas esquemáticas para analizar, proyectar y planificar proyectos. La capacidad de discernir estos recursos visuales utilizados, interacción, inmersión, uso de las tecnologías y el rol efectivo de los prosumidores, es una capacidad particular que está dentro de la experticia del comunicador visual. Sin embargo, el uso final de esas herramientas se dejaría en manos de los prosumers.
- A modo de proyectar historias, todo el proceso puede ser pensado desde la concepción de Sistema, dado que *“El diseño en sus diferentes especialidades fue incorporándolo más que como forma de nominar una tipología como estrategia metodológica que permitía encarar la resolución de problemas complejos.”* (Mazzeo, 2017).

En el marco expuesto, se evidencia la importancia estratégica del diseño de información como elementos fundamentales. En este sentido, el desarrollo de una herramienta que contribuya al enriquecimiento de la proyección, análisis y creación de narrativas transmediales vinculadas a videojuegos adquiere una relevancia apta para una tesina de grado.

1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

INTERROGANTES GENERALES

¿Cuáles son las características fundamentales que una herramienta esquemática debe integrar para expandir y enriquecer los mundos narrativos de los videojuegos, teniendo en cuenta relaciones entre los contenidos generados tanto por los prosumidores como por los desarrolladores?

¿Cuáles son las operaciones de diseño que pueden orientar esa herramienta? ¿Qué elementos constantes y variables le otorgan funcionalidad y capacidad de expansión?

INTERROGANTES ESPECÍFICOS

¿Cuáles son las características comunes en sagas de videojuegos que se han expandido de forma transmediática?

¿Cómo hace una NT para expandirse en la ecología mediática con el propósito de adentrarse en el ámbito de los videojuegos? ¿Qué papel juegan los prosumidores en esa expansión?

¿Qué posibles recursos esquemáticos se pueden utilizar para jerarquizar la acción de los prosumidores en la herramienta a desarrollar?

1.2 OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

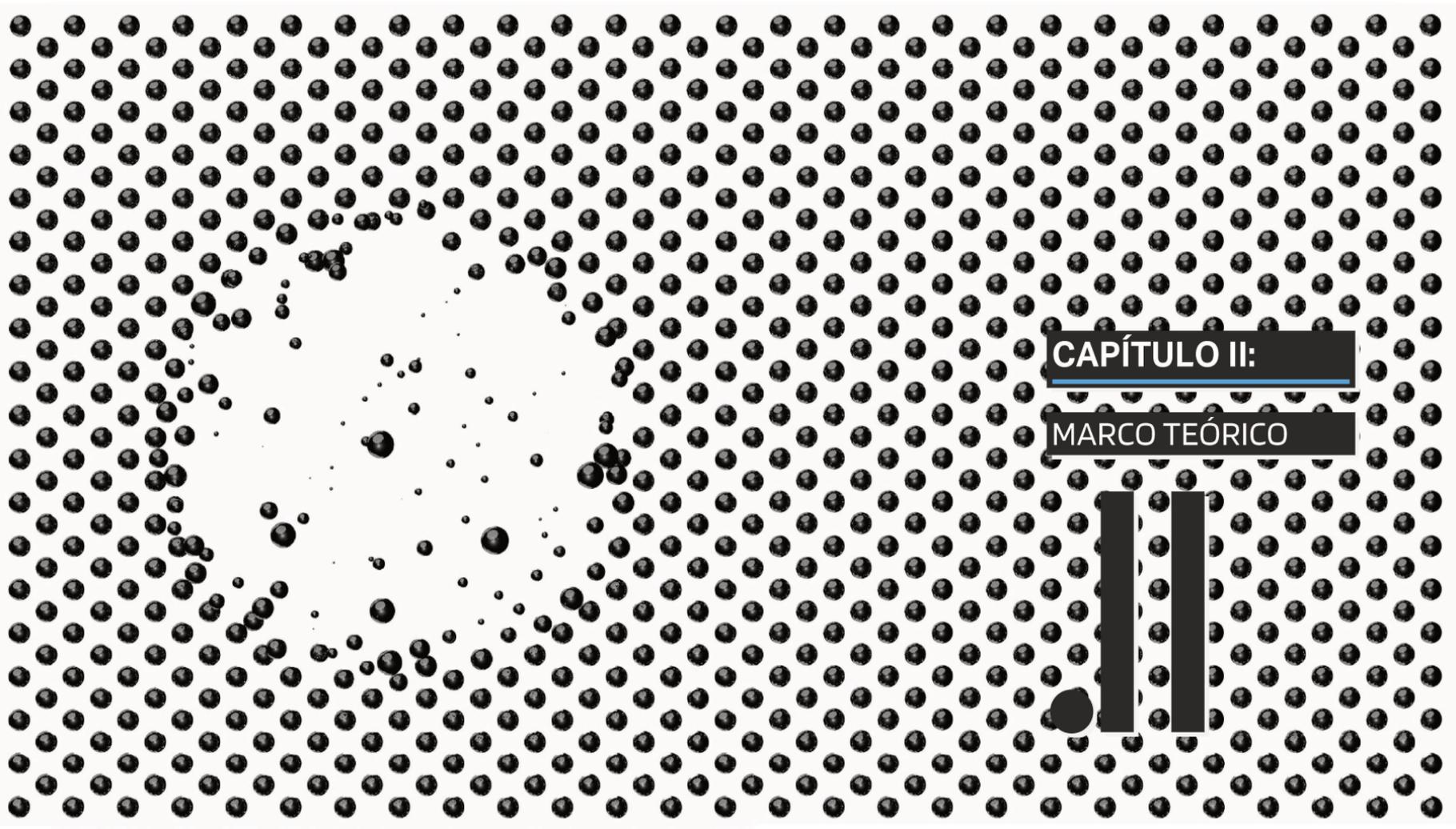
- **Generar** una herramienta basada en la esquemática para crear, analizar y expandir universos narrativos transmedia. Determinando las características generales de los mismos en tanto: narrativa, representación visual, operaciones transmedia, planificación, medios tecnológicos e interactividad.
- **Establecer** cómo se da la expansión de un videojuego Triple A hacia la transmedialidad y de una NT vigente hacia el videojuego, jerarquizando el rol de los prosumidores en la misma.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- **Determinar** el surgir de los prosumidores en el panorama actual y como sus prácticas influyen en los dispositivos de la NT.
- **Detectar** las características comunes en sagas de videojuegos que se han expandido como NT para trasladar a la herramienta.
- **Relevar** casos análogos con herramientas de análisis, a fin de aportar al desarrollo compositivo de la herramienta esquemática.
- **Explicitar** casos en que los prosumidores hayan influido en el desarrollo de la expansión de una Narrativa Transmedia.

1.3 HIPÓTESIS

En el contexto de los videojuegos, aquellos que forman parte de universos transmedia tienen una mayor exposición, popularidad y alcance, que aquellos no vinculados a NTs. Esto se atribuye a patrones comunes entre sagas de videojuegos pensadas como NT y en narrativas vigentes que incursionan en generar videojuegos. Es posible identificar relaciones definidas en aquellos contenidos generados por los prosumidores, que influyen en la trama del videojuego si cuentan con espacios, herramientas interactivas, acceso a mecánicas específicas o la posibilidad de expresarse y personalizar elementos. Es por esto que, se estima, que el uso de una herramienta esquemática aportaría al ecosistema mediático dando jerarquía a la interacción entre núcleos de prosumidores y desarrolladores en distintos niveles, dando a la NTs existentes e incentivando el surgimiento de más prosumidores para enriquecer y pensar narrativas transmedia.



CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO

II

JUEGO... LUEGO EXISTO.

En este marco teórico se articulan conceptos relacionados al transmedia, videojuegos, códigos e interactividad, para orientar la búsqueda y desarrollo de esta investigación. Se organiza en una triada, entre teorías presentadas tanto en la carrera de diseño de la comunicación visual, como aspectos de ludología y diseño de narrativas transmedia.



2.0 VIDEOJUEGOS

2.0.1 LOS JUEGOS Y EL JUGAR

Como un acercamiento a la definición de videojuegos, hay que empezar por definir el juego y el jugar. El historiador neerlandés Johan Huizinga realizó un estudio exhaustivo acerca del juego como fenómeno cultural y social, definiéndolo como esencial en el ser humano. Su mirada procede desde la antropología, añadiendo que es más que una simple actividad de ocio y entretenimiento, con un valor intrínseco en nuestra sociedad. El autor lo define como una acción u ocupación voluntaria, con ciertos límites de tiempo-espacio y con reglas consentidas, pero obligatorias. Dotado de un fin acompañado de la conciencia de ser una performance con sentimientos de tensión y júbilo de por medio. (Huizinga, 2012).

El jugar permite la expresión de la creatividad, la imaginación y la libertad, siendo una forma de conexión social que ha sido fundamental en la formación de nuestras culturas y sociedades. También al comunicarse, cooperar, competir entre sí; es que es una manera en que se generan normas y valores sociales.

Para Roger Caillois el juego es una actividad que se caracteriza por ser “libre, separada de la realidad, incierta, improductiva, reglamentada y ficticia” (Caillois, 1986). Coincidiendo en varios puntos con la definición de juego de Huizinga, aunque delimita en su definición características que son enumerables del siguiente modo:

- 1. Libre:** Es una actividad libre, voluntaria, espontánea y sin obligación.
- 2. Separada de la vida corriente:** Abstraída de la vida cotidiana y se lleva a cabo dentro de límites precisos de tiempo y lugar.
- 3. Incierta:** Su desarrollo no está predeterminado y la duda sobre el resultado debe prolongarse hasta el final, pues de no ser así se perdería el interés.
- 4. Improductiva:** El juego no crea ninguna riqueza u obra, distinguiendo así del trabajo y del arte.
- 5. Reglamentada:** Al realizarse dentro de cierto espacio y tiempo es necesario que haya reglas precisas, arbitrarias e irrecusables.
- 6. Ficticia:** La acción es acompañada de una conciencia específica de la realidad secundaria o de franca irrealidad en comparación con la vida corriente.

Como conclusión a este punto, ambos autores consideran al juego y al jugar como actividades fundamentales en la vida humana, con influencias y repercusiones en diversos aspectos tanto sociales como culturales. Mientras Huizinga enfatiza desde la antropología el aspecto en tanto creación y arte del juego, Callois se enfoca en su carácter lúdico y recreativo.

2.0.2 LOS JUEGOS Y VIDEOJUEGOS

En el amplio espectro de definiciones que existen sobre los videojuegos, podemos tomar como hito de partida el nacimiento de los mismos en 1958. William Higginbotham creó un simulador de tenis de mesa con un programa para calcular trayectorias y un osciloscopio. Años después Manovich los definiría como parte de los nuevos medios y que estos son en realidad medios analógicos llevados a una representación digital e interactiva (Manovich, 2009) referiría a los videojuegos como un texto experimentable (Narrativa ergódica, retomaremos este concepto más adelante). Para esta investigación resulta especialmente recomendable retomar

la definición del libro Estructura Lúdica(2015), de Durgan A. Nallar. Quien define que «Un videojuego es un sistema informático en el que intervienen múltiples tecnologías y disciplinas artísticas para crear un espacio de ficción con desafíos y objetivos, donde una o más personas interactúan para divertirse, socializar y aprender.». De la mano con esta, coincide con la definición de Carlos Scolari, partiendo de la idea de que un videojuego es una actividad interactiva que se realiza a través de uno o varios dispositivos audiovisuales, para crear un espacio lúdico, donde los jugadores pueden interactuar con un mundo virtual, resolver problemas y avanzar en la trama del juego. Esta perspectiva resalta el papel fundamental que tiene la tecnología en la creación y experiencia de los videojuegos, destacando la importancia de la interacción entre el jugador y el sistema virtual creado por el videojuego.

Las tipologías de videojuegos más importantes son: Acción, Aventura, Estrategia, Simulación y Arcade. Dichas categorías pueden entrelazarse entre sí, para generar videojuegos más interactivos, inmersivos y complejos. Para su observación más

detallada, es pertinente el marco MDA (Mechanics, Dynamics, Aesthetics), creado por Robin Hunicke, Marc LeBlanc y Robert Zubek en 2004, el cual desglosa el diseño del videojuego en tres categorías para su análisis y desarrollo: Mecánica, dinámica y estética. Mientras que el jugador observa primero la estética, luego la dinámica y por último la mecánica, el diseñador lo hace al revés y en ese entrelazado se produce en desarrollo de juegos. Los videojuegos son un fenómeno tanto complejo como diverso, que ofrece múltiples posibilidades para ser estudiados y analizados desde diversas perspectivas. Los mismos proporcionan experiencias desafiantes y complejas en términos de interacción y objetivos. Además como medio digital es posible actualizarlo respecto a su contenido, correcciones y mucho más, contando con una comunidad intercultural de jugadores globalizada.

Basándose en James Paul Gee (2003), Steven Johnson (2005) sugiere que *el pensamiento instrumental es la tarea cognitiva de procedimiento esencial cuando jugamos a videojuegos*. Describe el acto de jugar como un ciclo de 4 pasos:

Primero se explora el mundo virtual: El jugador investiga y participa activamente. Tras esto se reflexiona y formulan hipótesis sobre lo vivido, estableciendo suposiciones. Tras esto se reexamina y experimenta con lo propuesto. Tras esos resultados el jugador considera los efectos y adapta la suposición original.

Establecido esto último los jugadores recorren un espacio-tiempo libre y separado de la realidad en el que exploran, aplicando entre tantos el pensamiento instrumental para afrontar experiencias y desafíos en ese mundo ficticio. Esa experiencia, pese a ser ficticia, es verídica, verosímil y se vive en un ámbito social y cultural del que el jugador deviene interactuando con el videojuego como interfaz.

2.0.3 VIDEOJUEGOS COMO INTERFAZ CULTURAL

En la actualidad, integramos una sociedad donde la tecnología y las interfaces tienen un papel fundamental en la mediación con la cultura y como interconectamos entre nosotros. Lev Manovich utiliza el término “interfaz cultural” para describir el punto de encuentro entre el ser humano, la computadora y la cultura (Manovich, 2009). Las interfaces culturales se refieren a cómo los medios tecnológicos (computadoras, dispositivos móviles, redes sociales y televisores inteligentes, bibliotecas virtuales, videojuegos, entre otros), presentan la información cultural y nos permiten interactuar con ella. De esta manera, se consideran todos estos bienes tecnológicos como interfaces culturales, fundamentales en la forma en que experimentamos y nos relacionamos con la cultura en la sociedad actual.

Porsu parte, Carlos Scolari define a las interfaces culturales como aquellos espacios donde coinciden la cultura y la tecnología, pudiendo estas interfaces tomar diferentes formas (videojuegos, páginas web, aplicaciones móviles, redes sociales, realidad virtual, entre otras). Las mismas tienen un gran potencial para fomentar la

participación ciudadana, sobre diferentes temáticas de manera más activa e interactiva, así como la creación de comunidades virtuales. Sumado a lo comentado por Juul, estableceremos las distinciones clave entre juego y videojuego:

Medio: mientras que un juego es una actividad recreativa que no necesita de tecnología electrónica o digital, el videojuego siempre requerirá de estos, ya sea mediante pantalla, consola o móvil.

Interacción: Un juego puede tener interacción limitada con sus participantes. Los videojuegos proporcionan una conexión más compleja y rica con el jugador, que puede incluir imágenes, textos, sonidos y otras formas de transmitir información para hacerle al mismo una experiencia más inmersiva.

Naturaleza del desafío: Los desafíos en un juego pueden ser físicos, mentales o sociales, mientras que los mismos en un videojuego son predominantemente digitales y requieren habilidades específicas, como destreza manual, coordinación o estrategia en solitario o en grupos.

Objetivo: En un juego, los objetivos pueden variar mucho y, no necesariamente, tienen que estar relacionados con ganar o perder, mientras que en un videojuego los objetivos sí están claramente definidos y suelen incluir superar niveles, la acumulación de puntos o la victoria sobre otros jugadores.

Comunidad: Los juegos pueden tener una comunidad de jugadores, por lo general no suelen estar tan conectadas como las comunidades de videojuegos donde los jugadores pueden conectarse en línea, compartir estrategias, competir y colaborar.

Evolución del juego: Los juegos tradicionales suelen ser estáticos, con reglas que cambian poco con el tiempo, mientras que los videojuegos, a menudo, se actualizan con nuevos contenidos, características y modos de juego a medida que evoluciona la tecnología, la experiencia de los jugadores o los años.

Es importante destacar que los videojuegos, tanto por sus lógicas intrínsecas como por su modo de interactuar entre los jugadores y la virtualidad; incurren hace décadas en los ámbitos de la publicidad, edu-

cación y periodismo. Siendo este llamado proceso de ludificación uno de los tantos que aporta mecánicas de juego en contextos no lúdicos para mejorar la participación y el compromiso. Además, los videojuegos son una herramienta esencial en la transmedialidad, permitiendo la expansión de narrativas a través de múltiples plataformas y medios, todos interconectados en un ecosistema mediático y digital cohesivo.

2.0.4 LUDIFICACIÓN Y TRANSMEDIA

En su libro *Homo Ludens: Ensayo sobre la función social del juego* (1938), Huizinga acuña el concepto de *Homo Ludens*, para referirse al hombre que participa en actividades lúdicas como juegos, deportes y otras formas de juego simbólico. Como mencionamos anteriormente, el autor no solo ve al juego como una actividad recreativa, sino también como una forma de expresión que permea todas las facetas de la vida humana. Para Huizinga, el juego es la fuente de la cultura y la sociedad, y su importancia radica en su capacidad para generar orden, crear comunidades y fomentar la creatividad. A partir del año 2010, se comenzó a utilizar el con-

cepto de *homo videoludens*, siendo Carlos Scolari el autor más destacado en su uso. En *Homo Videoludens 2.0: de Pacman a la Gamification* (2013), explora la relación entre los individuos y los videojuegos en diversos aspectos del fenómeno videolúdico, su impacto social, cultural y comunicativo contemporáneo. Se habla de un ser humano que está inmerso en mecánicas lúdicas en un amplio margen de sus actividades, dado que los elementos lúdicos y sus mecánicas traspasan las fronteras de lo lúdico, enriqueciendo así la experiencia de los usuarios en múltiples dispositivos y contextos.

Los videojuegos interactúan de múltiples maneras con otros dispositivos, aprovechando la diversidad de plataformas y tecnologías disponibles en la actualidad. Esta interacción está dada por una narrativa común deslizada a través de consolas y plataformas de juego, Dispositivos móviles, computadoras, RA y RV, Redes sociales, plataformas de streaming, servicios de la nube, etc. Todos estos son medios que comparten el uso y conectan consumidores de ciertos productos con esa posibilidad. Una posibilidad dada por el estudio y manejo de las potencialidades

de cada medio. Es así que podemos consumir una saga de videojuegos (por ejemplo Assassins creed) que en su próximo producto (assassins creed mirage) se anuncie para múltiples plataformas de juego, las personas debaten en redes sociales y plataformas de streaming, salen aplicaciones y juegos spin-off en dispositivos móviles, se realicen eventos en los que se hagan experiencias en RA y RV. Se podría afirmar que toda NT incorpora un elemento lúdico, ya que el proceso de recopilar, interpretar y componer la información textual que lleva a cabo el consumidor se asemeja al desafío que enfrenta un jugador de videojuegos mientras interactúa con una pantalla interactiva para reconstruir un mundo narrativo o comprender sus mecánicas de funcionamiento.

2.0.5 VIDEOJUEGO COMO UNIVERSO

Es pertinente hablar de terminologías propias de las comunidades gamer. Estas comunidades, compuestas por jugadores, fans y desarrolladores, crecen y evolucionan en torno a su videojuego o franquicia en torno a la que se creó, manifestándose en

espacios virtuales y físicos. La interacción continua en el juego puede dar lugar a prácticas colaborativas, como la creación masiva de guías y tutoriales que buscan mejorar la experiencia en diversas áreas del juego. Estos incluyen el perfeccionamiento de habilidades mecánicas, la comunicación efectiva con el equipo, la personalización de elementos del juego o simplemente mantenerse al día con actualizaciones constantes.

Jenkins describe a los fans como quienes *“abrazan con entusiasmo sus textos preferidos e intentan integrar las representaciones de los medios de comunicación en su propia experiencia social. No impresionados por la autoridad institucional y los conocimientos concretos, afirman su derecho a hacer sus propias interpretaciones, a ofrecer valoraciones y a elaborar cánones culturales”*. El fan demuestra de manera elocuente que es más que un consumidor, dado que volverán las veces que sean necesarias a estos productos y generarán paratextos (comentarios), textos derivados (fanfiction), todo tipo de ilustraciones (fanart) y contenidos en torno a esto por otros medios, en efecto, el fan generalmente es un prosumidor.

En el caso de los videojuegos las comunidades más comprometidas pueden realizar diferentes artefactos que involucran a su videojuego favorito. El **Modding** (de la jerga inglesa de modificación, «modificación») es una o más modificaciones realizadas por la comunidad de jugadores para alterar o mejorar un videojuego. Pueden abarcar desde incorporar contenidos adicionales, mejoras gráficas y corregir errores, hasta cambiar la tipología del juego, su narrativa e incluso transformar por completo los juegos en nuevas experiencias. Los mods son una parte integral de la cultura de los videojuegos, permitiendo la personalización creativa de los jugadores y el desarrollo de nuevas ideas dentro del entorno ya existente. Los prosumidores crean contenido para estos videojuegos, como se menciona más arriba. Los desarrolladores de videojuegos pueden ir actualizando constantemente con distinto tipo de contenido, parte de estos pueden ser desarrollados por la comunidad de jugadores en torno a sí mismos.

Un ejemplo destacable es el caso del trabajo de Fansub realizado por la comunidad **TRADUSQUARE**. Es común asociarla con fans que también son traductores. Sin embargo, la comunidad de fantraducción implica una colaboración más amplia. Los traductores suelen recibir el reconocimiento principal, aunque detrás de este proceso existen también diseñadores gráficos, correctores de estilo, probadores y expertos en la modificación de ROMs. También los casos de las comunidades como Traducciones del Tío Victor o Traducciones XT, funcionan en grupos de discord, sin fechas de entrega y a modo de hobby. **TRADUSQUARE**¹ Es una comunidad que se originó a partir de diversos grupos hispanos dedicados a la fantraducción de videojuegos. Sus objetivos son actuar como un centro de almacenamiento que reúna, preserve y promueva la amplia gama de parches de fantraducción en español, sin importar su procedencia. Fomentando la colaboración y la cooperación entre todos los grupos hispanos dedicados a la fantraducción, con el propósito de alcanzar objetivos comunes de manera más efectiva. El uso de juegos de mesa proporciona un entor-

no simulado que permite a los planificadores explorar diversas estrategias, evaluar escenarios hipotéticos y desarrollar respuestas coordinadas de manera interactiva y práctica. En 2023 se divulgó la noticia que la OTAN utiliza juegos de mesa para planificación logística en caso de activarse el artículo V (defensa colectiva ante ataques extranjeros). La iniciativa **STEADFAST FOXTROT**² destaca la necesidad de explorar métodos creativos y efectivos para abordar los complejos desafíos logísticos que podrían surgir en situaciones de crisis. ¿No puede ser en este caso una comunidad (OTAN) y el modding la manera de adaptar “el juego” para que se ajuste a sus necesidades? ¿No serían los mismos gamers y fans esas personas que muestran su entusiasmo y compromiso al desarrollar y jugar estos juegos? En efecto, serían prosumidores, de un universo narrativo alterno a nuestro presente actual.

Como conclusión se resalta el entusiasmo y participación de los prosumidores (fans, gamers) en el ambiente de los videojuegos. Tanto para su éxito comercial, narrativo y competitivo, como para el rol

cultural y de comunidad en torno a los mismos. Así destacar el rol del Modding, definible como la variable creativa de los prosumidores para adaptar el videojuego a sus ocurrencias, es una parte esencial de las comunidades en torno a videojuegos y es un elemento de expansión constante en el sentido que todas, en su particular medida, poseen material en torno al modding.

¹ <https://www.xataka.com/videojuegos/cuando-fans-que-traducen-videojuegos-hacen-amor-al-arte>

² https://www.youtube.com/watch?v=CyDB_At_QRw

TODOS LOS CAMINOS LLEVAN AL TRANSMEDIA.

2.1 UNIVERSOS NARRATIVOS

2.1.1 NARRATIVAS TRANSMEDIA

Los orígenes de las narrativas parten de la oralidad y la tradición. De ahí surgen (en cierto orden cronológico) narrativas literarias, cinematográficas, televisivas y digitales. “Hoy en día una parte creciente de los conocimientos se expresa por medio de modelos digitales interactivos y de simulaciones, lo que evidentemente era impensable antes de la aparición de los ordenadores con interfaces” (Lévy, 1999 p 79). Hoy en día se busca aprovechar las características propias de cada medio para generar experiencias

transmedia satisfactorias. Cada medio es una interfaz con un cierto tipo de consumidor y “la televisión es un potente entorno para presentar personajes y tramas, mientras que los mobisodios y webisodios — por su brevedad— se adaptan muy bien para rellenar las lagunas narrativas con contenidos intersticiales; el cómic o las novelas, por su parte, son útiles para contar historias anteriores (precuelas) o paralelas (semilla de futuras spin-offs)”, (Scolari, 2013 p 85).

Es así que cada medio aporta a la macrohistoria desde sus posibilidades. Durgan plantea que existen tres motivadores para que el público vaya de un medio a otro, siendo el principal que los consumidores se divierten buscando y resolviendo pequeños enigmas (Nallar, 2016 p 39), el segundo es que la web 2.0 y los medios actuales donde está todo conectado proponen este accionar. Por último es que ese accionar se ha vuelto una necesidad social, en la que se forman comunidades en el entorno mediático. Volviendo a la macrohistoria y las posibilidades de cada medio, podemos ver en mayor o menor medida las capacidades de cada uno en el siguiente cuadro:

TV	Contar (eventos principales, precuelas, secuelas, spin-offs)
Cine	Contar (eventos principales, especiales, precuelas, secuelas, spin-offs)
Libros	Contar (eventos principales, precuelas, secuelas, spin-offs)
Cómic	Contar (precuelas, secuelas, spin-offs)
Webisodios	Contar (Contenidos intersticiales, spin-offs), avances), resumir(recapitulaciones), anticipos
Web	Informar, contar en forma no secuencial/multi-media, interactuar, participar, explorar
Apps	Informar, compartir, geolocalizar, participar, ubicuidad
Videjuego online	Competir, interactuar, planificar estrategias/tácticas, inmersión en el universo narrativo, cooperar, explorar
Videjuego	Desafiar, interactuar, planificar estrategias/tácticas, sumergir al usuario en el mundo narrativo, explorar
Redes sociales	Conversar, compartir, intercambiar, participar, debatir
Wikis	Informar, compartir, aprender, compendiar, archivar
RA, RV	Conversar, cooperar/competir, investigar, explorar, sumergir al usuario en el mundo narrativo

Figura 1. Medios y sus particularidades. Fuente: *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*, de Carlos A. Scolari (p 85).

DEFINICIONES

Con el propósito de alcanzar una comprensión más profunda de las modalidades de interacción entre los videojuegos en expansión y otros dispositivos, se torna esencial en primer lugar definir tanto la naturaleza de las narrativas transmedia, así como su papel como vehículos para el consumo y desarrollo, junto con la delimitación de las tecnologías afines.

Henry Jenkins, considerado padre del término Narrativa transmedia, la define como *“Un proceso a través del que elementos de la ficción (historia) se dispersan de forma sistemática por canales con la idea que generen una experiencia coordinada y unificada. Cada parte hace una contribución diferente al desarrollo de la historia y que satisface las necesidades de un usuario conectado”* (Jenkins, 2009). Para el autor la narrativa transmedia es ese proceso de *“worldbuilding”*, una franquicia o narrativa de manera lo suficientemente detallada y coherente como para que cada historia encaje con las demás; de manera que estas historias se dispersen por distintos medios

y plataformas, incentivando a los usuarios a ser partícipes del ecosistema mediático para concebir una comprensión más completa de la narrativa.

Carlos Scolari, quien es el principal autor que trata esta temática en nuestro idioma, repasa sobre las narrativas transmedia como *“una particular forma narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etcétera) y medios (cine, cómic, televisión, videojuegos, teatro, etcétera). Las NT [Narrativas Transmedia] no son simplemente una adaptación de un lenguaje a otro”* (Scolari, 2013: 24). con eso último, coincidiendo con Jenkins. Ambos autores hacen una breve distinción respecto a la **narrativa crossmedia**, la cual solamente replica una narración en otro medio sin expandir su universo.

Anteriormente se mencionó la **Narrativa ergódica**, la misma estaba ligada a los videojuegos, sin embargo se origina en la literatura. Aquí el lector interactúa de manera activa con el texto, toman

do decisiones sobre cómo avanzar en la historia o navegando por diferentes caminos dentro de la trama; diferenciándose de la narrativa tradicional donde el lector sigue una secuencia lineal predefinida. Un gran ejemplo de esto es la novela Rayuela de Julio Cortazar, quien propone más de 4 formas de interactuar con su lectura. A esto Durgan Nallar lo engloba dentro de las narrativas *“elige tu propia aventura”*.

Volviendo a Jenkins y Scolari, ambos autores tras sentar las bases, destacan la importancia del surgimiento de **prosumidores**: grupos de consumidores que buscan dejar de ser espectadores pasivos y creando sus propios aportes al universo narrativo a modo de feedback. Su papel no es menor, ya que hoy en día es casi tan importante para las marcas/empresas como el de sus accionistas. Debemos tener en cuenta que *“El mundo [de una narrativa transmedia] es más grande que la película, más grande incluso que la franquicia, pues las especulaciones y elaboraciones de los fans expanden*

asimismo el mundo en diversas direcciones” (Jenkins, 2008: 118-119). Fans, fanáticos, prosumidores, followers; los mismos pueden continuar la historia con contenidos generados por los usuarios, como juegos de mesa, relatos cortos, podcasts, videos y dejando muchas puertas abiertas para la creación de nuevas tramas y personajes, generando Fan Fiction. “*El fan fiction puede ser visto como una expansión no autorizada de esas franquicias mediáticas hacia nuevas direcciones que reflejan el deseo del lector de ‘rellenar las lagunas’ que han descubierto en el material del producto comercial*” (Jenkins, 2007).

Viendo el hecho de que un consumidor de determinado producto decida aportar a su narrativa, no es nada nuevo; en torno a la figura de muchos escritores o creadores a lo largo de la historia se ha dado que los mismos se tornan aglutinadores o nexos comunes de creativos. El conocido escritor H. P. Lovecraft contaba en torno a su figura un “*círculo de Lovecraft*” en el que se daban conversaciones epistolares que en algún momento se volvieron parte del enorme universo narrativo del autor, aun tras su fallecimiento.

En ese momento las interfaces eran la sucesión de cartas, hoy en día la Web 2.0 es una interfaz idónea en el que los prosumidores pueden desarrollar su actividad. Entre las plataformas se encuentran Foros, Youtube, Discord, Fan Wikis, Twitter y Reddit siendo nicho de esta actividad las últimas 3. Allí comentar, teorizar y expandir relatos e historias de los productos que consumen es algo frecuente, generando una incipiente (y en algunos casos próspera) comunidad de desarrollo de contenido. Algunos buscan el interactuar con los desarrolladores de universo transmedia; esta retroalimentación o “*feedback*” es buscado y aprovechado por los productores de estos universos narrativos para continuar expandiéndose en un sendero que sea prometedor y obviamente rentable en el tiempo.

Según Scolari, la macrohistoria se refiere a la historia central o narrativa principal que engloba y conecta diferentes partes o medios en un universo transmedia. Es la “*historia base*” que se desarrolla a lo largo de diferentes plataformas o formatos, como series, películas, libros, videojuegos, etc. La macrohistoria proporciona coherencia y continuidad narrativa en

dicho universo transmedia, y cada parte o componente individual contribuye a enriquecer y expandir la experiencia narrativa para los consumidores.

OBRA NÚCLEO Y OBRA SEMINAL³

Bien, pero entonces ¿qué se requiere para que una obra se vuelva un producto transmedia? Cualquier obra, independientemente de su formato es potencialmente una narrativa transmedia. Cuando hay expansión a partir de la obra, es que el sistema transmedia puede aparecer. Se denomina obra núcleo a aquella que potencia el desarrollo del sistema. Pero la obra matriz, la principal, la primera y que puede dar inicio al sistema narrativo transmedia es denominada obra seminal. Con esto último se busca hacer una distinción en que la obra seminal puede ser también la obra núcleo. Para ejemplificar esto último tomaremos la serie *Game of Thrones* (2011), de HBO. La obra seminal es el universo literario ficticio creado por George R. R. Martín a partir del libro *A Game of Thrones* (1996). La serie televisiva fue la que detonó la transmedialidad. Tal repercusión que

se tornó una obra núcleo para la expansión narrativa en videojuegos, libros de arte, parques temáticos, mini-series, fan fiction, etc.

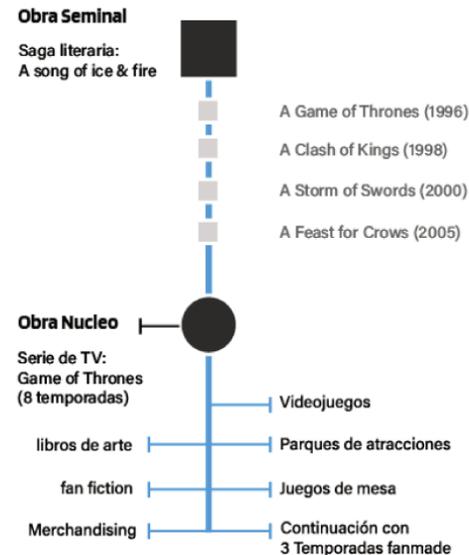


Figura 2. Esquema GOT. Fuente: Elaboración propia, basada en el universo narrativo surgido de *A Game of Thrones* (1996).

³ Para más información al respecto consultar http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-58872013000100005#fz

QUÉ SON Y QUE NO SON

Como vimos, existe una gran cantidad de términos y conceptos afines a las NT, que a su vez tienen pequeñas diferencias que los hacen únicos entre ellos, “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” (Scolari, 2013).

Una narrativa transmedia no es una única obra que se adapta a diferentes medios, plataformas y formatos. Cualquier obra narrativa que no incluya la expansión a través de múltiples medios y plataformas no se puede considerar una narrativa transmedia. Esto, por ejemplo, sería una novela tradicional impresa, que no tenga una adaptación a otros medios; una película que no tiene otro tipo de contenido adicional (como *Forrest Gump*, de Robert Zemeckis) o un videojuego que se limite sólo al formato y plataforma, sin tener interacciones con otros medios, como el videojuego *Tetris*.

También encontramos transmedialidad en la no-fic-

ción, El uso de múltiples medios para transmitir mensajes juega un papel significativo al posibilitar la utilización de diversos medios y lenguajes para relatar narrativas dentro del dominio de la realidad. Este fenómeno se manifiesta en campos como el periodismo, la educación y la producción documental, también en el marketing, branding y publicidad. Estas formas narrativas se valen de la difusión de información compleja, de manera sencilla. Lo que resulta en una mayor implicación por parte del público y en la provisión de experiencias narrativas más enriquecedoras. Estas experiencias pueden generar un sentido de conexión y pertenencia, alentando el pensamiento crítico, la participación activa y la reflexión.

EJEMPLO DE NT

A modo de ejemplo, traemos la franquicia *Wizarding World*, que se basa en la saga de novelas escritas por J. K. Rowling. Podemos interpretar la novela *Harry Potter y la piedra filosofal* (1997) como obra seminal y núcleo, dado que posteriormente se adapta al formato cinematográfico con una primera saga de películas que también hacen núcleo, pese

a que en primera medida podría considerarse una adaptación crossmedia. A partir de este paso podemos desglosar una lista de videojuegos que se basan ya sea en capítulos de los libros o componentes de la narrativa (como por ejemplo el deporte ficticio *Quidditch*). Hoy en día *Wizarding World* cuenta con dos sagas cinematográficas, varios documentales, merchandising, parques temáticos, páginas web tanto oficiales como fanmade y miles de *Fanfictions*. En 2023 se estrenó el videojuego *Hogwarts Legacy*, el cual expande la narrativa funcionando como precuela y siendo un juego open world que permite explorar *Hogwarts* y sus alrededores; interactuando con animales fantásticos, misterios y dejando que los jugadores se aventuren en el universo narrativo, sumiéndose en detalles, *easter eggs*, historias paralelas y un gran número de experiencias disfrutables mientras más uno conozca de ese mundo mágico. Asimismo se encuentra en diálogo una serie *reboot* en HBO MAX readaptando la saga literaria a la pantalla chica y un videojuego basado en el *Quidditch*⁴. Todo lo anterior comprende el sentido oficial del universo narrativo de *Wizarding World*, sin embargo sucede algo que Jenkins observó hace tiempo, “los

4 De deporte ficticio de *Wizarding World*. Se juega volando en escobas voladoras. El *Quidditch* tiene reglas y elementos únicos, y se juega con cuatro tipos de bolas y siete jugadores por equipo. Del mismo devino un libro y un deporte real.

personajes y sus mundos narrativos a menudo caían en las manos de los consumidores para... seguir expandiéndose de un medio a otro." (Scolari, 2013), Donde entra en juego el rol de los prosumidores. Entre las webs Fanfiction, mugglespace y mugglenet incluyen más de 1 millón de relatos fanmade, expandiendo dicho universo. Es destacable el caso de *The Lexicon: An Unauthorized Guide to Harry Potter Fiction and Related Materials*, escrito por Vander Ark en 2009. Desarrollado por un fan dedicado al universo de Harry Potter, lo que comenzó como una web fue transformado en libro. El cual no alcanzó a ver la luz sin controversias, dado que la autora de la franquicia junto a Warner Bros. Inc demandó a esta persona por derechos de autor; tras un extenso juicio y recortes el material pudo ser publicado. También una reimaginación científica es la de *Harry Potter and the Methods of Rationality*, un web book serial publicado en fanfiction.net, creado por Eliezer Yudkowsky en 2010 y publicado semana a semana hasta el 2015, teniendo un total de 122 capítulos. También la comunidad fan de este universo creó la Harry Potter Alliance en 2005, una organización activista sin fines de lucro creada por fans, que hoy en día es conocida como Fandom Forward

y alberga a todo tipo de fandom en pos de los derechos humanos y campañas benéficas.

Es Wizarding world un ejemplo de universo narrativo funcional, mas no es nativo o pensado originalmente de este modo. Scolari, citando a Jeff Gomez, agrega que la página oficial Pottermore (web de la autora en la que también incluye contenido generado por los usuarios) hace es: volver a la marca Harry Potter de un producto adaptado a una verdadera marca transmedia. En el sentido que los prosumidores no solo quieren una relación, un contacto, con la autora, sino que también los contenidos generados por ellos tengan un verdadero impacto en el universo narrativo (Scolari, 2013 p 26).

ECOLOGÍA DE MEDIOS

La ecología de medios es un concepto metafórico-teórico propuesto por Marshall McLuhan en 1964 y que fue creciendo hasta nuestros días. Refiere al estudio de las interacciones dinámicas y complejas entre los medios de comunicación, las tecnologías de la información, las audiencias y el entorno cultu-

ral, social y ambiental en el que operan. Esta teoría reconoce que los medios de comunicación están inmersos en sistemas interconectados que influyen y son influenciados mutuamente. Sobre dicho concepto Scolari aporta que los medios pueden ser:

Vistos como ambientes	Vistos como especies dentro de un ecosistema mediático
ejerciendo influencia en los individuos que los emplean, configurando su percepción y cognición (Como dinámica micro individual)	interactuando con otras formas de comunicación y adaptándose a los cambios del entorno. Este enfoque aborda una perspectiva macro-social.

SOBRE ESTRATEGIAS DE EXPANSIÓN

Aunque a veces puede surgir de forma espontánea, para desarrollar una estrategia transmedia efectiva, es esencial planificarla desde el principio. Varias narrativas transmediáticas suelen surgir a raíz del éxito de un producto, es decir, si la audiencia responde positivamente, se extiende a otros medios

y plataformas. Incluso para las grandes empresas de Hollywood (y podemos verlo muy claramente en el cine), anticipar el éxito de un producto es un desafío, lo que hace que pocos estén dispuestos a invertir en contenido para múltiples plataformas y medios sin garantías de éxito. Aquellas que se planifican desde el principio suelen basarse en personajes o marcas sólidas, quienes ya hayan probado ser rentables o posean un universo lo suficientemente enriquecido, véase Batman, Marvel, Star wars, 24, Lost, GOT, The walking dead, Harry potter.

Jeff Gomez⁵ es un productor y experto en narrativa transmedia. Influyente en desarrollo y gestión en la expansión de mundos narrativos y consolidación de marca. Algunos de sus trabajos se centran más que nada en películas, series y franquicias, entre las que se encuentran Piratas del caribe, Transformers, Coca-cola, Prince of persia y M.I.B, entre otras tantas. Tanto él como Scolari, Nallar y Jenkins están de acuerdo en que las audiencias están capacitadas para lidiar con textualidades realmente complejas.

Jeff Gomez propone las siguientes premisas:

- Una estrategia de expansión transmedia debe pensarse como tal desde el principio y si no es así, que el feedback inicial de un producto y la Experiencia de usuario, siempre esté presente en este proceso generativo de storytelling.
- Ya lanzado a la ecología de medios, es esencial que el contenido se disperse en al menos tres medios distintos. Medios diferentes en el proyecto aportan una mayor diversidad y creatividad, lo que, a su vez, aumenta las oportunidades de propagación y difusión.
- El contenido debe ser único y adaptado a cada plataforma, personalizado para la audiencia correspondiente según las particularidades y potencialidades de cada medio (desarrollado en figura 1). Es esencial entonces identificar lo que funciona en cada plataforma y proporcionar elementos nuevos en la historia para mantener el interés y evitar el aburrimiento de la audiencia.
- La premisa es: una historia, un universo, muchas plataformas. La visión de los desarrolladores es difundida a través de sus productos por todos estos medios, manteniéndose unificadas por la interacción entre desarrolladores, coordinadores y prosumidores.
- Unificar las diferentes perspectivas individuales en una visión coherente recae en quien coordina o desarrolla. Los miembros del equipo, deben estar atentos a los prosumidores y comunidades externas, tanto a los fanáticos leales como a los críticos. Los primeros pueden señalar contradicciones o errores, sus críticas constructivas podrían potencialmente alterar, desviar o desvirtuar la trama.
- En el desarrollo de esta historia, entran en juego otros participantes como la producción, el patrocinio y la distribución del contenido, que puede incluir datos, pistas e información extra. Es fundamental aprender a alinear a todos los actores de manera coordinada, para que trabajen en conjunto hacia el mismo objetivo y con la visión común antes mencionada.

⁵ <https://www.eliaguardiola.com/transmedia-storytelling-los-8-principios-segun-jeff-gomez.html>

Este último punto es el más importante: los prosumidores, su interés y participación tanto en redes sociales, en foros especializados o en ventanas que aporten los desarrolladores. El papel del prosumidor y la audiencia en general es altamente activo e incluso esencial en la narrativa transmedia. Por lo tanto, es necesario fomentar y motivar dicha participación. Es fundamental que se sientan involucrados en la creación de la historia principal y sus historias derivadas. Para ello, proporcionar un espacio propio donde puedan interactuar, compartir comentarios y aportar ideas es muy positivo, dado que es la mejor manera de enriquecer, ampliando la narrativa desde la perspectiva de la organización y creación de la historia central.

Gary P. Hayes es pionero en desarrollo de medios interactivos en la BBC, en innovación transmedia y realidad aumentada, así como conferencista y consultor de renombre en los campos de medios, transmedia y tecnología. En *Cómo escribir una Biblia Transmedia*, recoge los aspectos necesarios para desarrollar una estrategia o campaña transmedia. El autor coincide en muchos aspectos con lo expresado por Jeff Gomez, pero planteando una

perspectiva multiplataforma, donde cada proyecto puede ser descrito en pocas palabras como un formulario, a menudo compuesto de varios subformularios que comprenden podcast, serious games o sitio web estáticos. Así mismo se refiere a eventos clave a pautar, por un lado lo que respecta a la identidad, branding y wireframes -Siendo esto último un esquema a modo de guía visual con los lineamientos para las páginas web, móviles o de juegos- y por otro lado en el “el viaje del usuario”, eventos claves y cronogramas, una diagramación organizativa que muestra las posibles rutas que un consumidor puede tomar a través de un servicio en una plataforma multicanal.

Una narrativa transmedia para generar expansión en la ecología de medios, debe contemplar en el desarrollo de la historia no solo en que sea multimedia, sino con la participación de prosumidores y un determinado tempo entre publicidades, premisas, noticias al respecto y todo lo relacionado a su visibilización. Al ser una narrativa que saltara a los videojuegos, poseerá determinados aspectos de su microhistoria desarrollados, esbozando ideas y con-

templando el feedback respecto a lo ya conseguido; así también teniendo lineamientos a modo de formulario o biblia transmedia.

2.1.2 PROSUMIDORES

DEL CONSUMISMO AL PROSUMISMO

En los años 70' Marshall McLuhan anticipó el concepto de prosumidor, la fusión entre quien produce y quien consume contenidos. En los 80' se acuñó el término "prosumidor" en el libro "La tercera ola" de Alvin Toffler, anticipando que en algún momento los consumidores pedirían ser escuchados y exigirían participar en la creación de productos y servicios que realmente satisfagan sus necesidades. A partir de los 2000, con la llegada de la Web 2.0 y redes sociales, las marcas se dieron cuenta de que las estrategias de comunicación tradicionales no eran suficientes para atraer a los consumidores. Dado que estos ya no eran conformistas; más bien, se volvieron críticos y exigentes. Buscaban formar parte del proceso de toma de decisiones, expresar sus opiniones y ser escuchados. El prosumidor, en términos comunicativos, se podrá observar que coinciden en unos rasgos comunes y distintivos respecto al consumidor:

Consumidores	Prosumidores
individuos que adquieren y utilizan productos o servicios para satisfacer sus necesidades o deseos personales.	Individuos que aparte de consumir un producto, también contribuyen activamente a su creación, modificación o expansión.
Su papel principal es pasivo, ya que simplemente consumen y disfrutan el contenido o producto creado por otros, sin contribuir activamente a su producción o desarrollo.	Su papel es activo y creativo, ya que pueden generar contenido, aportar comentarios, reseñas, participar en discusiones, crear modificaciones o contribuciones a productos existentes, entre otras acciones.

Es necesario reiterar otra de las tantas definiciones de Narrativa transmedia, dado que estamos hablando de una parte clave de la misma: *"es un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión"*. (Scolari, 2013). La distinción entre consumidores y prosumidores radica en sus roles y niveles de participación en la creación y consumo de contenido.

Por su parte Gary P. Hayes refiere a 5 roles de participación por parte de los usuarios en un contexto web 2.0:

Consumidor: hace una lectura pasiva de los contenidos.

Distribuidor: envía información que cree interesante a sus conocidos.

Crítico: realiza comentarios públicos.

Editor: mezcla y edita a partir de elementos creados por otros.

Creador: plantea contenido original.

Cada uno de estos roles desempeña un papel único en la dinámica de una comunidad, enriqueciendo mientras fomentan la transmedialidad y diversidad de contenidos. Se pueden entonces desglosar en 3 acciones principales: consumir, difundir y crear.

COMUNIDADES, FANS, CGU Y COPYRIGHT

En capítulos anteriores se desarrolló brevemente respecto a las comunidades de fans bajo la mirada de Jenkins. En sí el impulso individual por participar y compartir un mundo narrativo conduce a la formación de las primeras organizaciones de fans en la web 2.0, que pueden ser un club de seguidores, blogs o una página en Facebook, Reddit, twitter y foros. Conforme estas comunidades crecen, surgen las primeras divisiones de tareas: Algunos consumidores se dedican a extraer contenido de transmisiones, stream o películas y compartirlo en línea, mientras que otros se encargan de crear subtítulos o realizar traducciones. Algunos seguidores avanzan aún más y se convierten en prosumidores. Así, los cimientos de las primeras comunidades de este tipo se establecieron, y la difusión generalizada a través de medios digitales no hizo más que ampliar estas comunidades a nivel mundial, al mismo tiempo simplificando la manipulación de contenido textual.

Para Scolari el contenido generado por los usuarios (en adelante CGU) son “*producciones a cargo de los receptores que expanden el mundo narrativo oficial o lo comentan a través*

de paratextos. Los CGU incluyen las producciones de las comunidades de fans pero también obras individuales en todo tipo de soporte y lenguaje.” (Scolari, 2013, p 339). Como su definición lo indica, los CGU abarcan diferentes formatos y dentro de estos los más relevantes son los siguientes:

Adaptaciones: re-contar con otra estética o lenguaje.

Falsos avance, falso tráiler: videos remixados que anuncian un contenido audiovisual inexistente o cambia el sentido del conocido.

Falsos openings: comienzo, por ejemplo, de un episodio como si fuera un producto distinto.

Finales alternativos: producción de finales alternativos después de la emisión final oficial ya sea en tono paródico o manteniendo la continuidad de la obra núcleo.

Mashup: vinculación de dos o más mundos narrativos, ya sea con mezclando imágenes, bandas sonoras o fragmentos de escenas.

Parodias: remix para crear nuevas interpretaciones.

Recapitulación: sumatoria de episodios o temporadas precedentes, reutilizadas con un fin mayor.

Sincronización: Recorte de momentos claves para su posterior edición en formato multipantalla.

Pese a que Scolari dirige su atención principalmente a los contenidos audiovisuales, es importante destacar que también se deben considerar materiales gráficos, como ilustraciones, carteles, manipulaciones fotográficas, guiones, storyboards fanmade, relatos cortos (fanfics), entre otros. Estos elementos, además de constituir contenido original, pueden ser interpretaciones creativas, fusiones o incluso versiones alternativas. Otro aspecto relevante en la producción de contenido que no suele incluirse en las categorías de producción audiovisual o gráfica es el cosplay. Las acciones realizadas por los Cosmakers (Prosumidores) en relación con un contenido específico han generado diversas comunidades y eventos relacionados con los productos de entretenimiento a los que hacen referencia. Estos eventos también funcionan como lugares de encuentro para llevar a cabo charlas, debates y otras actividades afines. Así como también Crowdfunding de todo tipo, lo cual se ha convertido en una forma popular de recaudar dinero para una amplia variedad de proyectos; como películas y música, hasta startups, organizaciones benéficas y proyectos comunitarios.

Hace aproximadamente una década, en youtube argentina, surgieron canales que parodian escenas de películas, como por ejemplo Marito Baracus quien hacía doblaje de voz por sobre las escenas de alguna película a modo de comedia. Así como a quienes el final de GOT fue insuficiente, generaron finales alternativos y hasta continuación de dicha serie por Wattpad ⁶a modo de fanfic y luego algunos tomando ese contenido fue llevado a YouTube, como Mashups. En todo el mundo, millones de seguidores han optado por contar historias sobre sus sagas, personajes, universos favoritos... sin contar con la autorización de los creadores originales. Este plantea uno de los desafíos del universo de las NT, dado que las fronteras entre la industria cultural y los contenidos generados por los usuarios son porosas (Scolari, 2013) cabe preguntarse: ¿cómo abordar legalmente estas apropiaciones no autorizadas por los creadores? ¿Cuál debería ser la postura ante esta avalancha de creación textual, edición de videos, arte y demás contenido generado por los usuarios?.

Como vemos, los prosumidores juegan un papel clave en la expansión de los mundos narrativos, como

agentes que no sólo consumen, sino que también producen contenido, ampliando y enriqueciendo el universo original. A través de diversas actividades, como la creación de subtítulos, la edición de videos, la escritura de fanfics, cosplaying, entre otros aportes, estos prosumidores hacen CGU que también incluye sincronizaciones, recapitulaciones, parodias, finales alternativos, falsos avances, mashups y adaptaciones. Dichas producciones no solo permiten una difusión más amplia y diversificada de la obra núcleo, sino que también fomentan comunidades globales y eventos relacionados, facilitando encuentros, eventos y colaboraciones entre fans.

⁶ Plataforma de lectura social en línea que alienta a crear y compartir historias.

2.2 SISTEMAS, ESQUEMAS E INTERACTIVIDAD

2.2.1 SISTEMAS

Se busca entender y explorar la construcción de universos narrativos transmedia, para esto es pertinente acercarnos a una definición de Sistema, término fundamental en su creación. Se entiende por sistema al conjunto de elementos interconectados e interdependientes que trabajan juntos para lograr un objetivo común. A esto Cecilia Mazzeo expande, al decir que *“refiere a un conjunto de elementos, las relaciones que se establecen entre ellos y los diferentes modos en los que tanto sistema como elementos y relaciones reaccionan ante los estímulos externos”*.

“el diseño en sus diferentes especialidades fue incorporándolo más que como forma de nominar una tipología como estrategia metodológica que permitía encarar la resolución de problemas complejos.” (Mazzeo, 2017)

La autora trae la metáfora del iceberg, en como diseño y sistema son un mismo todo, del que la menor parte es visible. El concepto de diseño está

enfocado este último, en la experiencia del usuario, la estética y la funcionalidad del producto (lo visible y atractivo); mientras que el sistema se enfoca en la infraestructura, los procesos y la tecnología necesarios para que el producto funcione correctamente (lo invisible y fundamental). En el ámbito de la comunicación visual, se puede entender como metodología de diseño la concepción sistémica y la idea de sistema de objetos a diseñar.

SISTEMAS IDENTITARIOS Y MULTIMEDIALES

La identidad de un producto, empresa, marca o franquicia, se la entiende como a esa serie de componentes propios que lo constituyen y distinguen como única (objetivo, estrategia, infraestructura, etcétera). La misma está compuesta por rasgos físicos y rasgos culturales. Los primeros podemos ejemplificarlos como signos gráficos que son distinguibles a simple vista (como los sables lasers en Star Wars o la manzana en Apple) y los segundos como los valores, entidad y modos de hacer que los caracterizan. *“Los signos gráficos hacen visible la identidad conceptual pero no la diseñan, por eso parece más*

pertinente pensar en el Diseño de Indicadores Gráficos de Identidad más que en Diseño de Identidad, en tanto ésta, como ya se ha analizado, no es diseñada por el diseñador sino que es un atributo del organismo en cuestión.” (Mazzeo, 2017)

Es posible considerar las narrativas transmedia como sistemas multimedia que se complementan entre sí en todos los medios que los conforman, dado que “es posible detectar las decisiones subyacentes haciendo posible desandar el camino del proceso decisional que sustenta los elementos que lo constituyen y las decisiones de su implementación.” (Mazzeo, 2017). A modo de ejemplo, la autora destaca que en el caso de sitios web, aplicaciones e interfaces gráficas, es necesario un ordenamiento predecible y una unidad coherente para que sigan siendo considerados como parte del mismo sistema. Sobre sistemas, Joan Costa menciona que se dan para que la comprensión de la función lógica de ese objeto de diseño sea sencilla para el usuario/consumidor promedio. Es un proceso de esfuerzo de diseño entre codificación, presentación y velocidad de acceso a la información.

2.2.2 ESQUEMAS

Joan Costa, fue un destacado diseñador, investigador y metodólogo español, que define al esquema como “una visualización gráfica, una trasposición lógica de datos y fenómenos abstractos de la realidad, que no son visibles directamente,[...] que no pueden ser formulados en palabras ni representados en imágenes.” (Costa, 1998). Teniendo en cuenta que se pretende proponer una metodología basada en este recurso, en su obra «La esquemática. Visualizar la información» las define como estructuras gráficas abstractas portadoras de información.

El uso de esquemas tiene como finalidad revelar, tanto a la vista como al intelecto, aspectos invisibles pero genuinos que forman parte tanto del entorno como del propio pensamiento. Al interactuar con estos esquemas, el receptor se ve estimulado a interpretar y decodificar la información presentada, este proceso de interpretación y decodificación no solo enriquece la base de conocimientos del individuo, sino que también permite la integración de nueva

información de manera coherente y estructurada, potenciando su capacidad para aplicar dicho conocimiento en diversos contextos. Así, los esquemas no solo clarifican lo que antes era invisible, sino que también actúan como puentes entre la teoría y la práctica, facilitando una comprensión más profunda y una aplicación más efectiva del saber.

IMAGEN - ESQUEMA - SIGNO

La iconicidad es esa característica de una imagen de parecerse al signo real. Recubre el hecho que una imagen es sobre un objeto real y que presenta distintos grados de semejanza con el mismo. Esto último es hablar del grado de abstracción; mientras más abstracta es, menos icónica. (Costa, 1998). La información visual elaborada para conceptualizar en esquemas dispone de esto según las necesidades a analizar y comunicar, lo que deba mostrarse y lo que puede obviarse. Lo último dependerá del sentido comunicacional por el que se utiliza dicho signo.

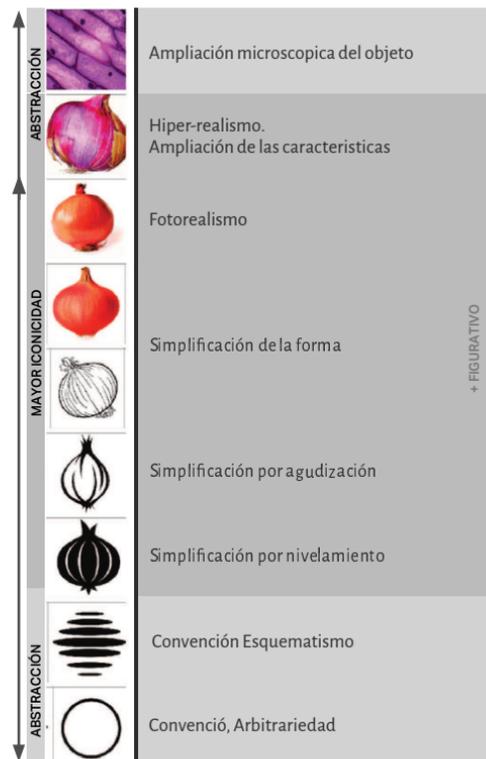


Figura 3. Grados de iconicidad basado en la escala de Moles. Fuente: *La esquemática*, (Costa, 2008).

Funciones de los esquemas	Tipologías
Expresar principalmente estados de un conjunto de objetos o fenómenos.	Isogramas, cartogramas, logigramas, histogramas, diagramas.
Expresar estructuras.	Organigramas, redes.
Expresar relaciones.	Sociogramas, ordinogramas.
Expresar desarrollos, proceso y evoluciones en el tiempo.	cronogramas, ciclogramas, árboles, PERT, algorigramas.
Específicos para expresar obtención de resultados.	Numéricos, diagramas y ábacos gráficos, descriptiva, estática gráfica.
Presentar informaciones puramente textuales.	Semantogramas, logigramas, estructuraciones discursivas.

Funciones	Expresiones gráficas
La realidad y las imágenes iconicas.	Visualización didáctica, cartografía, cartografía temática, isogramas.
Signos icónicos.	Pictogramas, ideogramas.
Símbolos.	Códigos profesionales, técnicos y científicos.
Datos cuantitativos, fenómenos.	Histogramas, diagramas, organigramas.
Conceptos y Textos.	Semantogramas, Logigramas.

Figura 4 y 5. Familias de esquemas y Familias de esquemas según su punto de partida: Imagen, signo, símbolo, esquema y texto. Fuente: *La esquemática*, (Costa, 2008, p 121).

FAMILIAS DE ESQUEMAS

Para Joan Costa los esquemas se pueden agrupar en grandes familias, entre funcionalidad y tipología. Dado las múltiples aplicaciones constituyen un repertorio variado y complejo en distintos campos y disciplinas.

ETAPAS DEL PROCESO CREATIVO DE LOS ESQUEMAS

El esquema se plantea como una herramienta de abreviación, una simplificación visual destinada a concretar y visualizar de manera comprensible conceptos o procesos. Desde una perspectiva funcional, su propósito radica en discernir y separar lo esencial de lo secundario, desechando este último en beneficio de lo primero (Costa, 1998). Este proceso creativo implica la habilidad de combinar conjuntos originales a partir de elementos previamente conocidos. Estos comprenden, por un lado, las formas gráficas y, por otro, las estructuras significativas, cuya conjunción da lugar al esquema. La elaboración de esquemas se desarrolla a través de las siguientes

ETAPAS DEFINIDAS POR COSTA:



Etapa I: La obtención de datos para esquematizar implica recopilar cifras y estadísticas que, frecuentemente, no se presentan de manera ordenada y coherente. Estos datos constituyen la materia prima que debe ser procesada y asimilada. Además de los datos brutos, se deben considerar los objetivos comunicativos, incluyendo el destinatario, el contexto o medio de comunicación y las limitaciones técnicas pertinentes. El diseñador del esquema debe tener en cuenta el perfil del receptor, evaluando la capacidad de comprensión necesaria, el tiempo requerido para interpretar el esquema y la eficacia de la transmisión del mensaje. Esto implica determinar qué se debe comunicar, a quiénes y a través de qué medios, clasificando y organizando los datos de manera exhaustiva para integrarlos de forma coherente en el esquema. *“Lo esencial es comprender el problema, lo que se debe comunicar y a quién, para hacerlo con eficacia”* (Costa, 1998).

Etapa II: consiste en explorar posibles soluciones para sintetizar información. Se conceptualiza el problema esquemáticamente al conectar elementos visuales en un espacio de representación definido. En esta fase la comprensión se transforma en formas gráficas para ser transferidas a otros (Costa, 1998, p. 131). El diseñador considera los repertorios, códigos y elementos del lenguaje esquemático, así como los componentes icónicos y estructurales de naturaleza semántica. Se eligen intuitiva y lógicamente los elementos que mejor resuelvan el problema, esbozando posibles soluciones en papel que más tarde se convertirán en el producto final.

Etapa III: Esta etapa implica revisar la estructura y el contenido, enfocándose en la sintaxis y corrección de trazos, líneas y símbolos para asegurar que sean comprensibles y coherentes. *“Esto implica asegurarse de que las ideas transmitan*

realmente lo que se quiere; entra aquí en juego una semiótica visual, mucho más que una composición en el sentido gráfico tradicional” (Costa, 1998, p. 131). Los ajustes deben priorizar información directa y fácil de entender, minimizando el esfuerzo de decodificación.

Etapa IV: Minimizar líneas y cruces para una estética visual agradable y decodificable. La estructura topológica se combina con elementos como volumen, colores, texturas, íconos y símbolos para una presentación visualmente atractiva.

Etapa V: Pruebas de legibilidad, aceptación y comprensión del esquema, evaluando su pertinencia y adaptación a los destinatarios y medios. Esta etapa, implica pruebas con los usuarios finales y ajustes estilísticos y tipográficos para mejorar legibilidad y el tiempo de comprensión.

MODELOS RELEVANTES:

Existe una multiplicidad de esquemas, sin embargo reduciremos la lista a ciertas subestructuras lógicas propuestas por Joan Costa. Las subestructuras de fenómenos y estructuras del esquematismo pueden resumirse en 8 familias, las mismas son “patrones” que subyacen al esquema, con ellas se construye la superestructura formal del esquema tal y como se lo observa.

ÁRBOL ▼

El ideograma del árbol es uno de los más frecuentemente empleados en esquemática. Esta figura clásica representa jerarquía, ya que su capacidad de ramificarse proporciona un punto de partida y múltiples subdivisiones.

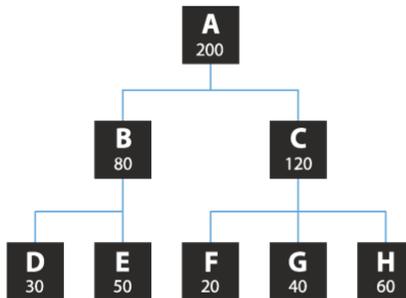
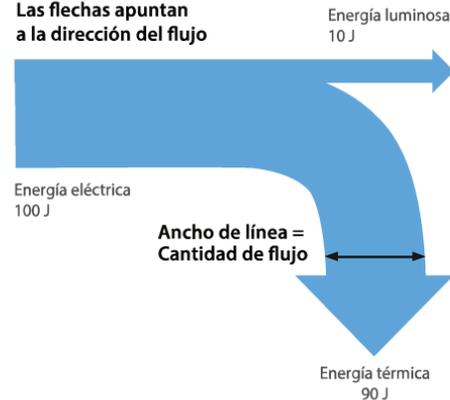
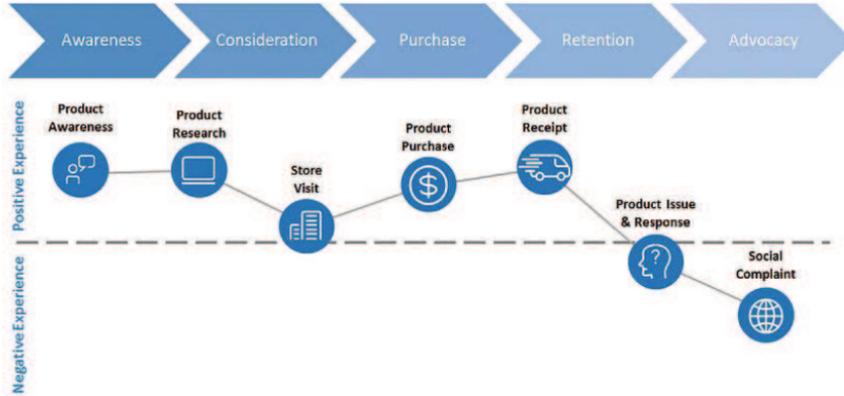


DIAGRAMA DE SANKEY ▼

Este esquema utiliza flechas para representar el flujo de energía, materia o información entre diferentes componentes de un sistema. Las flechas suelen ser de diferentes anchos para indicar la cantidad de flujo a medida que va variando y subdividiéndose. Es utilizado para comprender cómo se mueve la energía, la materia o la información a través de un sistema.

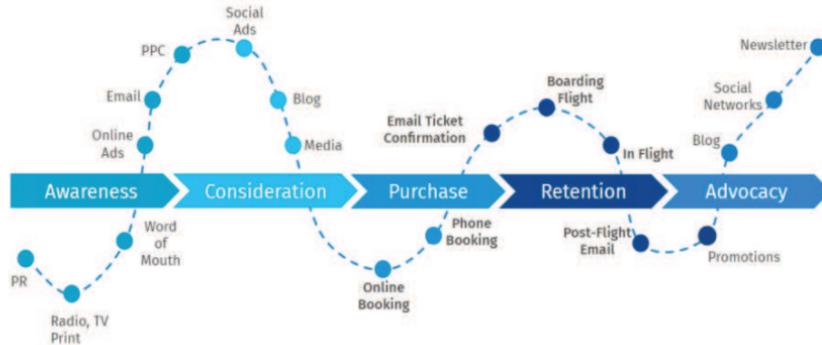
Las flechas apuntan a la dirección del flujo





CUSTOMER JOURNEY ◀

Es un tipo de esquema que representa las interacciones de un cliente con una empresa o un producto a lo largo del tiempo, suelen utilizarse en el ámbito del UX UI, así como en el desarrollo de narrativas transmedia. El diagrama suele dividirse en etapas, como el reconocimiento del problema, la búsqueda de información, la evaluación de alternativas y la decisión de compra. Muestra el proceso que representa las interacciones de un cliente con una empresa o un producto a lo largo del tiempo.



CÍRCULO Y SEMICÍRCULOS ▼

El círculo se utiliza para representar los conceptos de totalidad, igualdad y perfección. Se puede utilizar de forma aislada, como en los diagramas de porciones (torta), o en combinación con otras figuras para crear diagramas más complejos.

DIAGRAMA DE CUERDAS PARALELAS ▼

Es un esquema usado para representar interrelaciones entre datos en una matriz. Los datos son ubicados radialmente alrededor de un círculo con las relaciones entre los datos representadas como arcos conectando los puntos. Son una herramienta eficaz para comprender cómo se relacionan entre sí los diferentes elementos de un conjunto de datos.

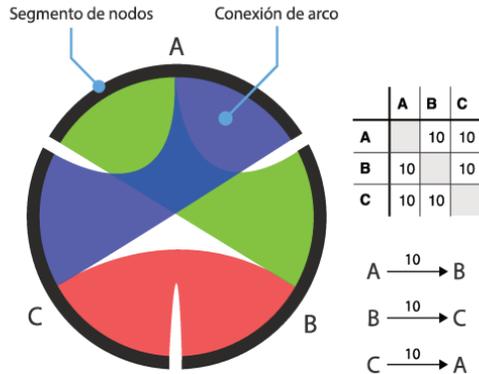
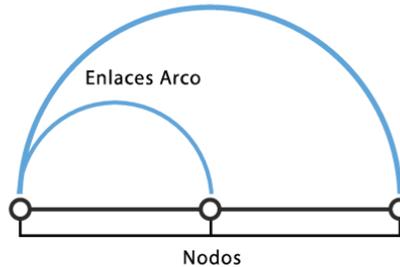


DIAGRAMA DE ARCOS ▼

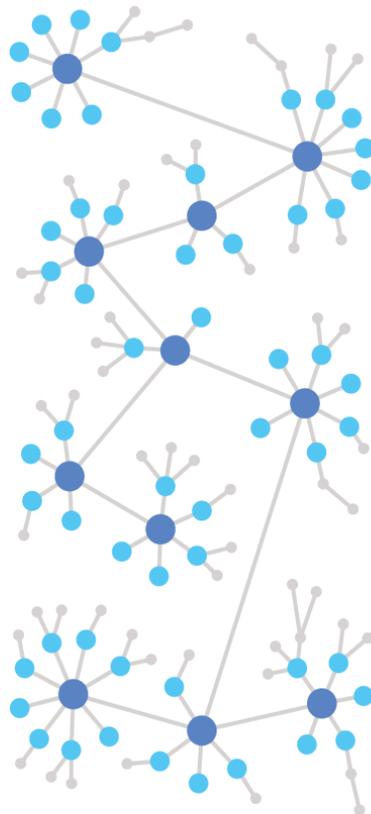
Un diagrama de arco puede utilizarse para representar la relación entre conceptos. En este caso, los nodos y su tamaño representan los conceptos y los arcos representan las relaciones entre ellos. Tanto los nodos como los arcos pueden tener diferentes grosores para indicar la cantidad de datos que pasan entre los mismos.



VELOCÍMETRO ▼

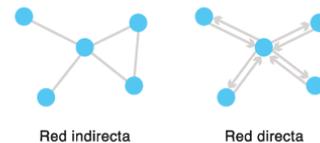
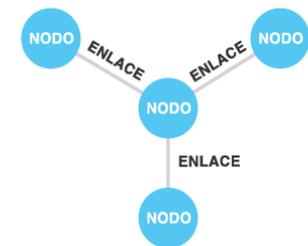
En esta investigación tomaremos principalmente al velocímetro, sin embargo existen una multiplicidad de medidores que se representan de manera homóloga, como el Tacómetro o el sistema pitot-estático (en aviación). Se puede categorizar como un esquema destinado a proporcionar información crucial in situ sobre la velocidad de un vehículo en movimiento. Su estructura básica consta de una aguja (línea) indicadora que gira alrededor de un eje central, apuntando con precisión a una escala numérica impresa en una estructura circular o semicircular. Su lectura es de izquierda a derecha, partiendo desde números menores en ascendente. Algunos amplían los datos que se muestran, incluyendo un odómetro o incluyendo dentro de su morfología el medidor de combustible





RIZOMA ▼

Los esquemas de redes muestran cómo están conectados los elementos de una red. Los elementos se plantean como nodos, mientras que las conexiones como enlaces. Un ejemplo de lo mismo son los esquemas de red de computadoras. Los mismos son útiles para entender cómo funciona una red, pudiendo mostrar la ubicación de los nodos, el tipo de enlaces y el flujo de datos.





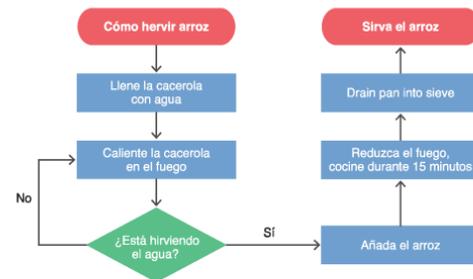
CALENDARIO ◀

Pese a que Joan Costa no lo incorpora explícitamente dentro de sus textos, es un esquema que representa el paso del tiempo. Se utiliza para organizar y medir el tiempo, así como para coordinar actividades. Los calendarios se componen de unidades de tiempo, como días, semanas, meses y años. Estas unidades de tiempo se utilizan para subdividir el tiempo en períodos más pequeños y manejables.

REDES Y ALGORITMOS ▶

En las mismas se distingue el uso de líneas y nodos para esclarecer y establecer relaciones. Así también, tomado directamente de la informática, los algoritmos son un conjunto de instrucciones que define una secuencia de operaciones para el procesamiento de datos. Estas instrucciones organizan y manipulan la información mediante acciones como filtrar, agrupar y discriminar.

Los esquemas de red representan la estructura de la misma, siendo más complejos entre sus relaciones. Mientras que los esquemas de algoritmos representan el flujo.



La relevancia de los esquemas mencionados se presentará en la etapa proyectual, teniéndolos como referentes para su uso en la herramienta esquemática. Se puede determinar previamente que el rizoma, diagramas de arcos y esquemas que representan el paso del tiempo pueden ser utilizados de manera casi intuitiva.

2.2.3 INTERACTIVIDAD UN MITO SOBRE INTERACTIVIDAD

Lev Manovich postula que la caracterización de los nuevos medios como inherentemente interactivos resulta redundante, ya que la interacción se encuentra implícita en el proceso de selección y navegación del usuario, quien actúa como el co-autor principal, determinando el curso de su experiencia. Este involucramiento del usuario se traduce en una interacción literal y física, aunque no debe pasarse por alto el papel crítico de la interacción psicológica, donde las tecnologías digitalizadas tienden a externalizar los procesos mentales, al tiempo que influyen en la forma en que se moldean y representan estas operaciones mentales. Por tanto, denominar a los medios como “interactivos” puede inducir a confusiones y minimizar la relevancia de la interacción mental. En esta interacción “psíquica”, la mente del usuario se coloca en el centro de la relación entre el sujeto y el medio, permitiendo una mejor comprensión de los contenidos y la objetivación de los procesos mentales.

Manovich subraya cómo esta externalización de la psicología individual conlleva a la transformación de aspectos previamente privados en elementos de la esfera pública, representando cada pensamiento en una forma visual, como una imagen, dibujo, o similar. Incluso los hipervínculos, aunque faciliten la navegación, pueden limitar la exploración psicológica del usuario al dirigirlo de manera explícita, en detrimento de la facultad de realizar conexiones mentales libremente. En resumen, en los medios interactivos, gran parte de las experiencias se encuentra predeterminada y la activación de la experiencia se simplifica a través de un simple clic, lo que, en ocasiones, podría limitar el proceso mental de los usuarios al seguir una ruta previamente establecida.

INTERFACES CULTURALES Y SU LENGUAJE

Ya definimos anteriormente como Lev Manovich utiliza el término “interfaz cultural” (En el capítulo 2.1.3, Videojuegos como interfaz cultural). Es ese punto de encuentro entre las personas que interactúan con la tecnología y cómo esta interac-

ción influye en su expresión cultural. Las interfaces culturales son eso mediado por la tecnología que presentan la información y permiten interactuar con ella; no es casual que lo que antes eran glifos en una hoja de papel, hoy en día sean píxeles visibles en un soporte aún llamado “página” pero accesible por una pantalla. Sobre esto último Manovich diría que *“Las interfaces culturales se basan en nuestra familiaridad con la <interfaz página> al tiempo que intentan también ampliar su definición para que incluya los nuevos conceptos que ha hecho posible el ordenador”*.

Los diseñadores de interfaces de usuario han asimilado convenciones tanto del entorno físico como de otros medios y las han amalgamado de manera ecléctica. En particular, la interfaz digital se manifiesta como un camaleón que adapta su apariencia en respuesta a cómo se utilizan las computadoras en un momento dado. En consonancia con las ideas de Manovich en *<El lenguaje de los nuevos medios>*, las interfaces culturales buscan su propio lenguaje en lugar de limitarse a imitar y adoptar enfoques generalistas de otros medios. Estos diseños incorporan elementos visuales y desempeñan un papel esencial

en la construcción y comunicación de significados en la cultura digital contemporánea.

INTERFAZ Y USUARIO; CONSTANTES Y VARIABLES

Previamente vinculamos a los videojuegos como interfaz cultural, dado que en los videojuegos, la interfaz es el punto de encuentro entre el jugador y el juego. En este capítulo desarrollaremos sobre el vínculo interfaz y usuario. Entendemos como interfaz al resultado de una negociación entre actores y se refiere a ella como una red de actores (Scolari, 2008). El usuario aporta sus necesidades y expectativas, el sistema impone sus limitaciones, los diseñadores de la interfaz aportan su creatividad e innovación y los usuarios potenciales influyen en la forma en que se percibe y adapta la interfaz con el paso del tiempo.

La interfaz es un elemento fundamental de la experiencia del usuario; determinando la forma en que el usuario interactúa con el sistema y, por lo tanto, influye en la forma en que el usuario experimenta el contenido. Para Pierre Lévy

la interfaz es un *“artefacto comunicacional”* que permite a los usuarios interactuar con el mundo digital. La interfaz es un sistema, que opera con elementos que se vinculan de un modo particular y estos vínculos, en sus particularidades, los caracterizan. Los elementos del sistema y sus atributos pueden ser estáticos o dinámicos (constantes y variables, según Mazzeo). El modo de representación puede ser variable en algunos, o en todos. En palabras de Cecilia Mazzeo *“habrá que determinar constantes y variables en relación a los elementos y su articulación entre sí y con el campo. En la práctica concreta, al resolver un sistema complejo, las piezas involucran distintas escalas, formatos, proporciones, lo cual requiere de ir tomando decisión sobre cómo se compone en esa superficie, de manera tal de producir un discurso que sea visualmente coherente.”*

Las constantes y variables no resuelven con lógica y rigor matemático toda la problemática que podría conllevar un sistema complejo como lo es una interfaz, pero son parte del proceso de construcción de la misma. Como parte de la planificación es clave la toma de estas decisiones. En el diseño de la comuni-

cación visual, es dar respuesta en términos visuales, a necesidades de comunicación. Estas necesidades pueden ser explícitas, es decir, claramente expresadas por el cliente, o implícitas, es decir, presentes en prácticas que, a primera vista, no parecen requerir diseño gráfico.

En el contexto de la Web 2.0, se aprecia una interesante dinámica donde, siguiendo la definición de Scolari sobre la interfaz, se establece una red de actores que operan como una inteligencia colectiva. Esta se manifiesta a través de la participación de prosumidores y desarrolladores aficionados en la creación y adaptación de sistemas de interfaces complejos. Esta colaboración potencia la adaptabilidad de dichos sistemas. Los cuales pueden por ejemplo ser mods de videojuegos, páginas guía, aplicaciones útiles y demás.

INTELIGENCIA COLECTIVA

Cuando exploramos este concepto, inevitablemente se nos lleva a considerar cómo funcionan las sociedades de insectos, como abejas y hormigas, donde la coordinación y colaboración entre individuos se asemeja a una “*mente colmena*.” Este concepto ha influido en la ciencia ficción y los videojuegos, donde la idea de una conciencia compartida entre individuos, a menudo alienígenas, agrega profundidad y desafío a las historias. Ejemplos notables de esta dinámica se encuentran en la raza Zerg de “*StarCraft*” y las criaturas xenomorfas de la saga “*Alien*.” A diferencia de estas sociedades de insectos, los seres humanos contribuyen de manera creativa y única a la inteligencia colectiva que los enriquece, mientras que las hormigas siguen de manera instintiva el papel que les asigna su casta en un sistema inconsciente y complejo que va más allá de su comprensión.

En el contexto de la Web 2.0, la inteligencia colectiva se define como la capacidad de un grupo de

individuos para generar ideas, tomar decisiones y resolver problemas de manera más efectiva que un individuo aislado. Esta Web, que abarca tecnologías y prácticas que fomentan la colaboración y el intercambio de información en línea, ha promovido este fenómeno. Plataformas como Wikipedia, Reddit y Github, donde los usuarios colaboran en la creación y edición de contenido, son ejemplos claros. Demostrando que “*cada persona sabe algo y nadie tiene el conocimiento absoluto*.” La dinámica de participación de los usuarios también se manifiesta en los blogs, tiktoks, redes sociales y wikis fandom, donde cualquiera puede contribuir, comentar, expresar, ya sea agregando o editando contenido, reflejando una participación abierta, accesible e ilimitada. Ante esto último es de interés para el proyecto como esa dinámica colaborativa entre usuarios generan contenido que de tratarse en torno a productos en el ecosistema mediático, voluntaria o involuntariamente, expande dichos universos transmedia.

A pesar del avance tecnológico y la integración de las IA en estas colaboraciones, es importante tener en cuenta que el progreso no está garantizado y siempre se encuentra amenazado por posibles retrocesos, voluntarios o involuntarios. En lugar de considerarse inmutable en historia, la inteligencia colectiva se presenta como un proyecto transmitido, enriquecido y reinterpretado en cada generación, lamentablemente susceptible a estancamientos o incluso a caer en el olvido (Levy, 1998).



CAPÍTULO III:

**PLANTEO
METODOLÓGICO**



¿QUÉ LE DECIMOS AL UNIVERSO TRANSMEDIA? HOY SÍ.

3.0 TIPO DE INVESTIGACIÓN

METODOLOGÍA ANALÍTICO-PROPOSITIVA

La presente tesis se enfoca en los fenómenos relacionados con los videojuegos y las narrativas transmedia, así como en los relatos, actividades y aspectos sociales de los prosumidores.

Su naturaleza es cualitativa, ya que se sustenta principalmente en el análisis de textos, la observación y el método etnográfico a través de la encuesta o sondeo. La comprensión de los fenómenos ya mencionados, en su ambiente natural y en relacionados en el contexto de la tríada Videojuego, Narrativa transmedia, Prosumidor; permitirá abordar sus complejidades.

La investigación es en primera medida descriptiva, ya que supone reconocer elementos característicos en el desarrollo de universos transmediales desde y hacia los videojuegos. Se busca evaluar el comportamiento de las variables en la tríada, así como sus problemáticas que más adelante pudieran ser abordadas desde el método esquemático.

En segunda medida es una investigación explicativa, porque se propone vincular los conceptos (desarrollo de universos transmedia, prosumidores, videojuegos) en una estructura (método esquemático), en el que tengan sentido. De esta manera se busca identificar grados de dependen-

cia entre las variables y abordar resolutivamente la problemática planteada.

Según su temporalidad, es el análisis del desarrollo de universos transmediales de la muestra en un período de tiempo largo por lo que se la considera una investigación diacrónica. Dicho periodo será desde el universo narrativo del corpus de mayor antigüedad hasta el que presente más actualidad en torno al lanzamiento de productos de dicho universo.

Por último esta tesis es Post-facto y desde la aplicabilidad es Pura o Aplicada, dado que busca aproximarse a la comprensión de los fenómenos en la tríada formada por: Videojuego, Narrativa transmedia y Prosumidor, incrementando los conocimientos al respecto; así también es una investigación de acción en la que se pretende que dicha aproximación sea una toma de conciencia para los prosumidores y desarrolladores, entregando una herramienta esquemática para que se pueda abordar la problemática sin ser especialistas o versados profundamente en cierta rama del conocimiento.

3.1 CORPUS DE ANÁLISIS

CRITERIOS DE SELECCIÓN Y DIMENSIONES

Se basan principalmente en la relevancia narrativa, seleccionando un corpus de videojuegos que sean estrechamente transmedia y que permitan examinar el papel de los prosumidores en dicha transmedialidad. Otro criterio es un alto nivel de interconexión mediática, ya sean películas, televisión, literatura, cómics, eventos. Esto permite explorar cómo los prosumidores se involucran en la creación de contenido de diferentes plataformas y contextos narrativos, así como la experiencia de los jugadores con la misma. Por último la experiencia del jugador: se seleccionarán videojuegos que involucren a los prosumidores en la narrativa transmedia a través de decisiones interactivas, mecánicas de juego innovadoras o elementos de personalización. Esto permitirá analizar cómo los prosumidores influyen en la trama y el desarrollo de la historia. Para la selección de este corpus se ha tenido en cuenta el cumplimiento de Los siete principios del transmedia propuesto por Jenkins(2009):

Expansión y profundidad	La capacidad que presenta la comunidad para intervenir en la difusión de los contenidos multimedia mediante las diversas redes sociales. Esto da lugar al crecimiento de su valor económico y cultural.
Continuidad y multiplicidad	Las historias se ramifican en varios canales, otorgando la posibilidad de explorar en profundidad, ir más allá. La propuesta debe atrapar el interés de los consumidores y que decidan sumergirse en el universo narrativo.
Inmersión y extracción	La Inmersión implica que los sujetos puedan empaparse de la historia, adentrarse, explorar. La extracción significa poder proveer piezas, datos, fragmentos que pueda llevar consigo, un algo más.
World Building	Crear mapas tridimensionales de los universos narrativos, osea espacios, tiempos, personajes, relaciones, transformaciones, causas, efectos y consecuencias.
Serialidad	Organizar las historias y el relato en el tiempo, manteniendo el continuo interés del consumidor.
Subjetividad	Que los usuarios puedan mirar la historia a través de los ojos de sus personajes.
Performatividad	Participación de audiencias, incluyendo en el relato en las narrativas transmedia a los sujetos.

Figura 6. Los siete principios del transmedia. Fuente: Blog del autor,(Jenkins 2009).

La consideración de estos criterios para la delimitación del corpus de videojuegos da una base sólida hacia los objetivos e interrogantes de la investigación. Se tienen tres franquicias originadas en videojuegos que se extendieron hacia otros medios y dos casos de productos de otros medios que incurrir en la creación de videojuegos. Este enfoque bidireccional permite ver las dinámicas de intercambio entre las partes de manera exhaustiva, brindando una visión panorámica y equilibrada del fenómeno estudiado.

DISPOSICIÓN

Comenzando esta fase de investigación con el corpus de videojuegos y la narrativa transmedia (NT), se busca, a través de la exposición, análisis y comparación, exponer cuáles son las características fundamentales en los universos narrativos, así también las maneras en que se expanden y enriquecen mediante esa transmedialidad. Así mismo qué papel juegan los prosumidores en esa expansión respecto al ecosistema mediático.

En este primer aproximamiento se recaba todo lo relacionado a los universos narrativos seleccionados como casos de éxito en su campo, para posteriormente pasarlos por las herramientas de análisis en la etapa siguiente. Lo cual permitirá evaluar su exhaustividad y las características herramienta esquemática debe tener para expandir y enriquecer los mundos narrativos.

3.2 INSTRUMENTOS DE ANÁLISIS HERRAMIENTA DEL CASO DE ESTUDIO.

En la siguiente selección se presenta un estado de la cuestión respecto al desarrollo de narrativas transmedia y casos nexos entre estas y videojuegos. Para generar este tipo de narrativas existen modelos de análisis, planillas y cuadros retomados de otras áreas de conocimiento. Estamos hablando de un desarrollo para planificar la navegación de consumidores en los medios para complementar la narrativa. Esto último es explorado en antecedentes teóricos y casos de estudio. El caso de estudio para la base teórica en esta herramienta es <<Diseño de juegos

en América latina II: Diseño y narrativas transmedia>> (Durgan A. Nallar, 2016). Refiriendo a estrategias, etapas y fases en el proceso de planificación de universos transmediales, siendo Durgan Nallar un autor excelso en este tema. Dada la naturaleza de la constante expansión, es pertinente considerar la flexibilidad en torno al desarrollo de los mismos y su relación entre los contenidos generados tanto por los desarrolladores como los prosumidores.

Caso de estudio: «Propuesta de un modelo genérico de análisis de la estructura de las narrativas transmedia» (García Carrizo, Heredero Díaz, 2015). Se propone un modelo genérico para analizar estructuras narrativas transmedia aplicable a distintas propuestas para conocer su extensión, estructuración y patrones, ampliando así el entendimiento de los mismos y sus fortalezas. En dicha investigación se recurre a seccionar tipos de consumidores, trayendo una propuesta original de Belsunces (2011) y desarrollando una actualización de la misma, con la incorporación de nuevas ascepciones.

Esta investigación parte de la ausencia de un modelo de análisis consolidado para productos transmedia. Aunque se han propuesto diferentes análisis de los mismos, ninguno ha sido desarrollado como un procedimiento metódico aplicable a diversos casos. Este último es el objetivo principal de dicha investigación, un modelo genérico. Lo interesante de este caso análogo es que (a diferencia del siguiente) toma en cuenta y pone en valor el papel de los prosumidores en su papel de generadores de contenido, relacionados al universo narrativo que consumen, considerándolos en la realización del modelo y ubicando sus aportes en el mismo de manera visual.

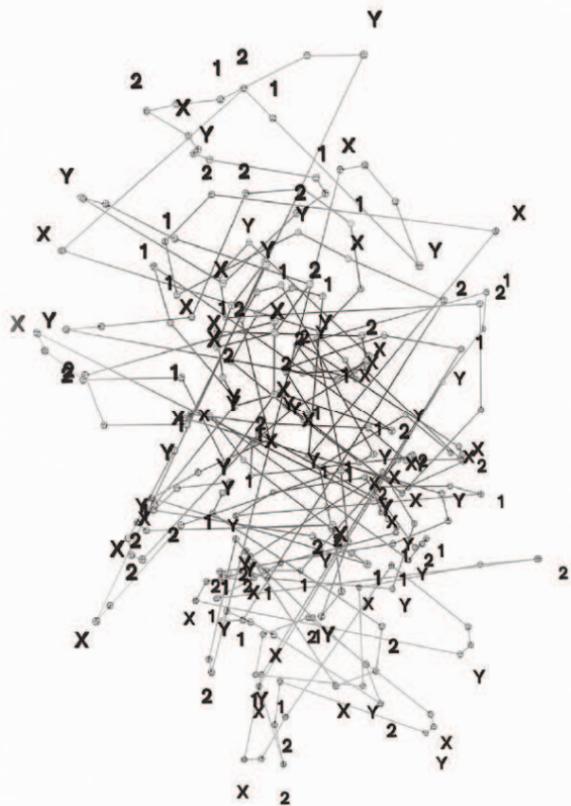
Dado lo visto en el capítulo sobre universos narrativos transmedia, está claro la complejidad que los mismos manejan, aquí se parte de que cada medio puede ser analizado en sí mismo: las películas con la puesta en escena, actuación, estructura escénica, música, entradas vendidas, la crítica. Los videojuegos desde la interfaz de usuario, diseño de niveles, inmersión, construcción de personajes, entornos o métodos más precisos como el M.D.A (mecánica, dinámica y estética). Los libros leyéndolos, inves-

tigando en profundidad, indagando en la crítica especializada. Pero el estudio de una historia dispersa en múltiples medios plantea desafíos particulares que sobrepasan estas categorizaciones.

SONDEO

El diseño de este sondeo surge como un paso fundamental en la investigación, dirigido a sondear en el saber colectivo en torno a la complejidad inherente a la interacción entre los elementos de la tríada Videojuego-Narrativa transmedia-Prosumidor. Apunta a autores de casos análogos, estudio, desarrolladores de juegos, prosumidores, consumidores, comunidades, clanes, jugadores conocidos de distinto rango etario. Por esto mismo se repartió en comunidades de discord de distintos videojuegos, subreddits de fanbases, usuarios particulares prosumidores y desarrolladores, consumidores y prosumidores de narrativas transmedia, videojuegos, películas y lecturas de la cultura popular de un rango etario amplio e hispanohablantes. Esta establecerá parte de su visión ante la representación

visual, operaciones transmedia, narración, planificación, tecnologías, medios e interactividad respecto a narrativas transmedias que conozcan. Se esclarecen terminologías que quizás, para algún participante de la misma, pueda ser ajena, como ser “narrativa transmedia”, “prosumidor” y “esquemática”.



CAPÍTULO IV:

ANÁLISIS DE CASO
ANÁLOGO Y CORPUS

IV

SI TENGO QUE TENER UNA NARRATIVA, ENTONCES PREFIERO QUE SEA... EN MÚLTIPLES MEDIOS

4.0 ALGUNAS ACLARACIONES

Antes de sumergirnos en el análisis del corpus de videojuegos que respalda los objetivos de esta investigación, es crucial establecer algunas aclaraciones que ayuden a contextualizar su relevancia y alcance. Este corpus se utiliza para identificar las características comunes y fundamentales de los videojuegos, siendo un recurso significativo para abordar la pregunta general sobre las características esquemáticas de las herramientas que expanden y enriquecen los mundos narrativos de los videojuegos, así como para establecer relaciones entre los contenidos generados por los prosumidores y los desarrolladores.

Este corpus surge como punto de partida para observar casos de éxito, vigencia y relevancia en la cultura popular, proporcionando casos ejemplares para ilustrar características operacionales relevantes para la expansión de nuevos universos narrativos. El análisis de este corpus se complementa con los enfoques metodoló-

gicos vinculados al diseño de la comunicación visual y esquemática, para alcanzar una comprensión más completa y precisa de los temas tratados en esta investigación. Dicho corpus será a su vez retomado en la etapa proyectual a modo de ejemplo.

4.1 CASO ANÁLOGO

El entendimiento, uso y disposición del modelo de estudio presenta elementos constantes y variables que al desarrollo proyectual le otorga claridad en tanto funcionamiento y posteriormente capacidad de expansión. Se procederá con la descripción del modelo y luego su aplicación a los universos narrativos seleccionados del corpus.

DESCRIPCIÓN DEL MODELO Y CRITERIOS DE SELECCIÓN:

Este modelo funciona para visibilizar los componentes de un universo narrativo transmedia ya vigente. El mismo posee un esquema compositivo visualizado como una infografía, para su creación consta de un proceso 4 etapas concretas:

1- Identificación y análisis de la macrohistoria:

la microhistoria puede ser una serie, saga de películas, trilogía literaria u otro formato narrativo. Dicho formato determina la audiencia. La macrohistoria se subdivide en partes (como volúmenes en literatura o temporadas en series). Cada parte se consume de manera independiente contribuyendo a una experiencia narrativa más amplia. Los aspectos de la macrohistoria contemplan tiempo, espacio, personajes y acciones, siendo necesario describir tanto el tiempo y escenarios, como la clasificación de los personajes (protagonistas, antagonistas, principales, secundarios, etc.) y se debe indicar su papel en la historia.

2- Identificación y análisis de las extensiones de la macrohistoria que conforman la NT (elementos del universo oficiales y contenido generado por los usuarios): En esta etapa se terminan de seleccionar las partes del universo narrativo generados por los usuarios (cómic, vídeos en un canal de YouTube de un fan, blogs, wikis, juegos de cartas, aplicaciones móviles), pero manteniendo las distinguidas como tal del contenido oficial y entendiéndolo a qué tipo de audiencia van dirigidos (visualizado con contornos en línea punteada, ver figura 7). Sobre esto último puede ejemplificarse que las Wikis -páginas colaborativas entre usuarios sobre cierto contenido en específico- están dirigidas hacia usuarios creadores, quienes las van moldeando según el conocimiento colectivo al tema que están dirigidas a usuarios lectores que solo buscan información que la misma provee.



Figura 7. Mapa del universo transmedia oficial y extraoficial de una narrativa transmedia hipotética. Fuente: (García Carrizo, y Heredero Díaz, 2015)

3- Elaboración de un mapa del UNT oficial y extraoficial: El producto transmedia representado en el mapa es una serie de televisión que sirve como macrohistoria. A partir de esta serie, se amplía la narrativa con cómics que exploran la historia previa de los personajes. Además, se crea una página de Facebook donde se narra una historia paralela de una familia secundaria relacionada con la serie. Durante la segunda temporada, se publica un libro que completa la historia de la serie. Se crea una wiki donde se recopilan datos y especulaciones sobre los personajes. Otro usuario crea un blog que cuenta la historia del pueblo donde ocurre la serie. Finalmente, se produce una película que es una secuela de la macrohistoria, y un videoblogger desarrolla una historia intersticial que cubre el período entre el final de la serie y el inicio de la película.

4- Elaboración de una línea cronológica de la evolución del universo transmedia: Después de crear el mapa del universo transmedia es trazar una línea cronológica, mostrando cómo se generaron las diferentes extensiones a partir de la macrohistoria. Es importante distinguir los aportes oficiales y fanmade.

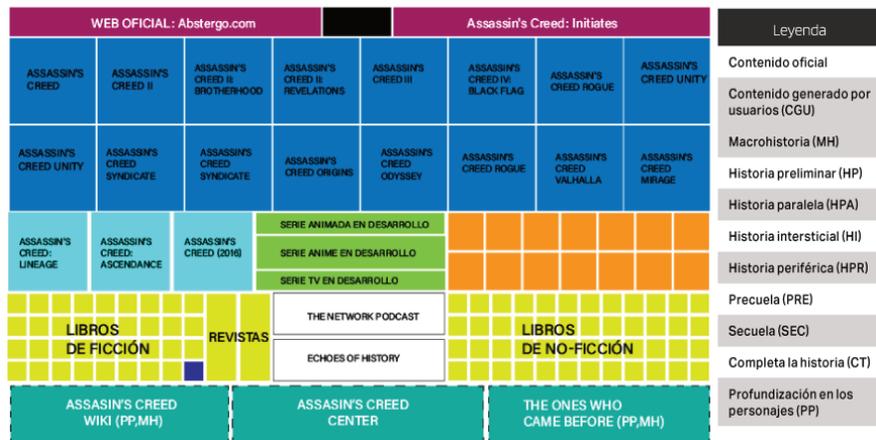
Aclaración importante

La disposición y selección cromática hecha por la autora para el modelo (Fig 7) es aleatoria y solo utilizada para distinguir los medios y soportes, no sus relaciones entre sí. Por dicho motivo los esquemas desarrollados bajo este modelo (Figs 8 a 12) respetaran dicho uso cromático.

ELABORACIÓN RESPECTO A LOS UNT DEL CORPUS: 4.2 ASSASSIN'S CREED (2007-2023):

Saga de videojuegos de ficción histórica que ha evolucionado en una experiencia de entretenimiento transmedia. La música juega un papel importante en la saga, con artistas de diversos géneros, como Eynar Selvik de Wardruna, que ha participado en la composición de la banda sonora de Assassin 's Creed Valhalla. El último juego de la saga es Assassin 's creed Mirage, se explora el Bagdad del siglo IX.

Nombre	Assassin 's Creed.
Imagen Logo	
Desarrollador	Ubisoft, Ubisoft Montreal, Ubisoft Sofia, Ubisoft Blue Byte, Ubisoft Quebec, Ubisoft Bordeaux, Gameloft, Griptonite Games, Red Storm Entertainment
Plataformas digitales	Windows, Xbox 360, One, PlayStation 3, 4, 5, Vita, Nintendo DS, Switch, Stadia, Android, iOS, Wii U, Meta Quest 2, Meta Quest 3, Meta Quest Pro.
Contenido	Televisión, Cine, Libros, Cómic, Websidodios, Web, Apps, Videojuegos online, Videojuegos, Redes sociales, Wikis, RA, RV.



Contenido	Medio o Soporte	Relación con macrohistoria
Films	Internet, Stream, Cine	Macrohistoria, historia paralela, intersticial, precuela, pp.
Libros, cómics	Internet, E-Book, Impreso	Macrohistoria, completa la historia, profundización en los pj
Videojuegos	Internet, PC, Consolas	Macrohistoria, hi, pre, sec, ct, pp, hpa, hp
Teatro, series y TV	Internet, Tv, Stream, Físico	
Podcasts	Internet, Stream, Físico	Completa la historia, historia preliminar, profundización en pj
Juegos de Mesa	Físico	Historia intersticial, historia paralela
Wikis	Internet	Macrohistoria, profundización en los personajes, ct
Merchandising	Internet	Historia paralela, intersticial, periférica, pp
Web	Internet	Macrohistoria, completa la h, profundización en los personajes
Apps	Internet	Completa la historia, profundización en pj

Figura 8. Franquicia Assassin's Creed. Fuente: Elaboración propia a partir de partir Modelo Carrizo y de AC Wiki

4.3 LEAGUE OF LEGENDS (2009-ACTUALIDAD):

Es un videojuego multijugador en línea de estrategia en tiempo real (MOBA). Desde su lanzamiento ha sido uno de los juegos en línea más populares del mundo. Entre sus productos incluyen juegos de cartas coleccionables, varias bandas virtuales (Pentakill, K/DA, True Damage), una serie animada en netflix (Arcane) entre otros. Posee un sistema competitivo internacional de 12 ligas y un campeonato mundial profesional al año. Los consumidores deben buscar su desarrollo en cortos animados y otros medios fuera del juego (en el mismo se dan implícitas, incluyendo guiños y easter eggs), siendo la más actual Arcane, en Netflix.

Nombre	League of Legends.
Imagen Logo	
Desarrollador	Riot Games, Radiant Entertainment, Riot Forge, VNG.
Plataformas digitales	Página Web, Microsoft Windows, macOS,iOS, iPad, android.
Contenido	Televisión, Libros, Cómic, Web, Apps, Videojuegos online, Videojuegos, Redes sociales, Wikis, RA, RV, juegos de mesa.

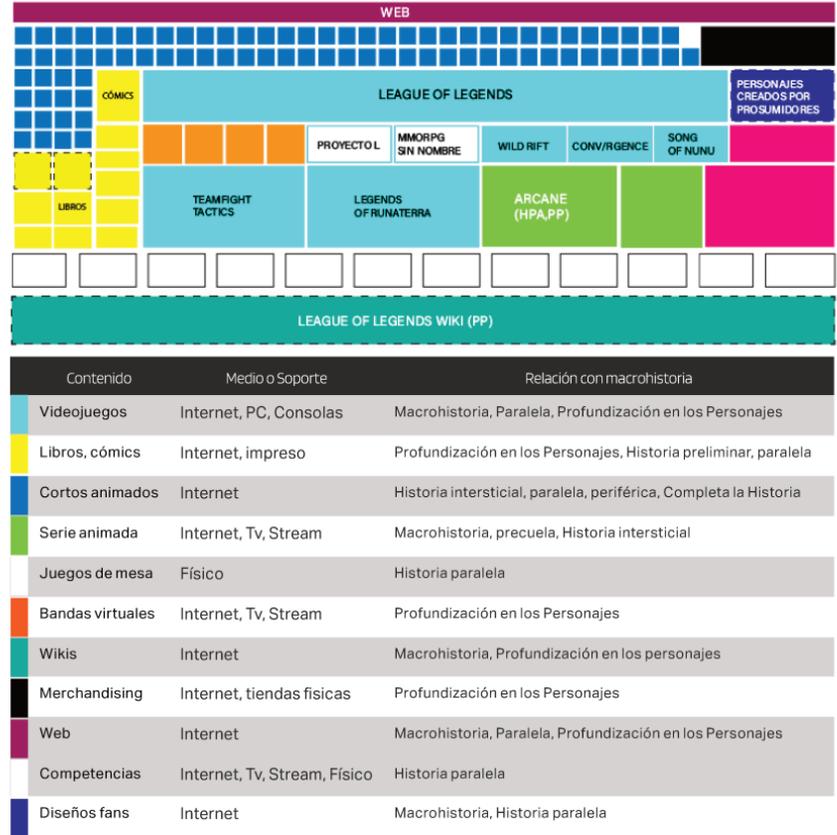


Figura 9. Diferentes tipos de productos transmedia. Fuente: Elaboración propia a partir de Modelo Carrizo y League of Legends Wiki

4.4 WORLD OF WARCRAFT (2004-ACTUALIDAD):

Se trata de un juego en línea de rol multijugador masivo (MMORPG) de temática fantástica medieval, basado en el universo de Warcraft, Lleva más de 20 años en línea y surge de Warcraft: Orcs & Humans(1994). Este título se desarrolla completamente en línea, expandiendo progresivamente su trasfondo dando lugar a numerosas expansiones que han ido construyendo y enriqueciendo el este universo narrativo. Posee una amplia comunidad de fanáticos, gamers, prosumidores y consumidores en su haber. De esta manera, ha logrado construirse una comunidad sólida, de proporciones gigantescas, que abarca una amplia variedad de experiencias y formatos.

Nombre	World of Warcraft.
Imagen Logo	
Desarrollador	Blizzard Entertainment.
Plataformas digitales	Página Web, Microsoft Windows, macOS,iOS, iPad, android.
Contenido	Página Web, Televisión, Libros, Cómic, Web, Apps, Videojuegos online, Videojuegos, Redes sociales, Wikis, RA, RV, juegos de mesa.

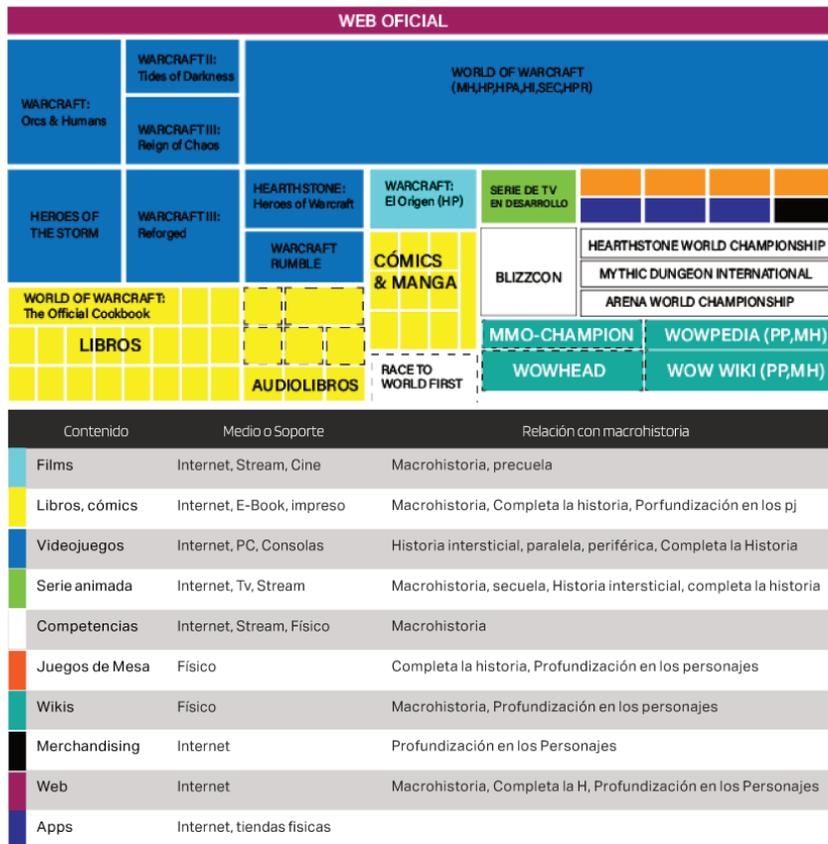


Figura 10. Franquicia World of warcraft. Fuente: Elaboración propia a partir de partir Modelo Carrizo y Wowhead.

4.5 WIZARDING WORLD (1997-ACTUALIDAD):

Se centra en el mundo mágico creado por J.K. Rowling, que incluye la serie de libros de Harry Potter, sus adaptaciones cinematográficas y spin-offs. Entre los productos de la NT se encuentran parques y experiencias temáticos, aplicaciones móviles, webs interactivas (Pottermore) y obras de teatro que continúan la historia de los personajes después del final de la serie principal. Posee un gran número de videojuegos entre los que destacan aquellos que responden a las sagas cinematográficas y Hogwarts Legacy (2023), un videojuego triple A como base para una expansión dentro del ámbito gamer. Como en el caso anterior, este universo cuenta con una amplia comunidad de fanáticos, gamers, prosumidores y consumidores.

Nombre	WIZARDING WORLD
Imagen Logo	
Desarrollador	J. K. Rowling, Warner Bros.
Plataformas digitales	macOS, Pagina Web, Windows, PlayStation, 2, 3, 4, 5, portable, vita, Xbox, 360, one, series x/s, Game Boy color, advance, Gamecube, Wii, Nintendo DS, 3DS, Switch, android, iOS.
Contenido	Parques temáticos, Cine, Teatro, Televisión, Libros, Cómic, Web, Apps, Videojuegos online, Videojuegos, Redes sociales, Wikis, RA, RV, juegos de mesa, merchandising oficial.

WEB POTTERMORE / WIZARDING WORLD (PPSEC,HPA,MH)							
	Harry Potter y la piedra filosofal	Harry Potter y la cámara secreta	Harry Potter y el prisionero de Azkaban	Harry Potter y el cáliz de fuego	Harry Potter y la Orden del Fénix	Guía Muggle Del Mundo Mágico	WIZARDING WORLD Digital
	Harry Potter y el misterio del príncipe	Harry Potter y las reliquias de la Muerte	Los cuentos de Beedle el Bardo	Animales Fantásticos: Los crímenes de Grindelwald	Animales Fantásticos: Los secretos de Dumbledore	The Lexicon: An Unauthor-ized Guide to Harry Potter Fiction and Related Materials	The Wizarding World of Harry Potter
	Harry Potter y la piedra filosofal	Harry Potter y la cámara secreta	Harry Potter y el prisionero de Azkaban	Harry Potter y el cáliz de fuego	Harry Potter y la Orden del Fénix	Harry Potter y el misterio del príncipe	Wizards: Tales of Arcadia (2020)
	Harry Potter y las reliquias de la Muerte Parte 1	Harry Potter y las reliquias de la Muerte Parte 2	Animales Fantásticos y dónde encontrarlos	Animales Fantásticos: Los crímenes de Grindelwald	Animales Fantásticos: Los secretos de Dumbledore	Harry Potter and the Cursed Child (2016) (CT)	Fantastic Beasts: A Natural History (2022)
HOGWARTS LEGACY(2023)							

HARRY POTTER WIKI (PP)

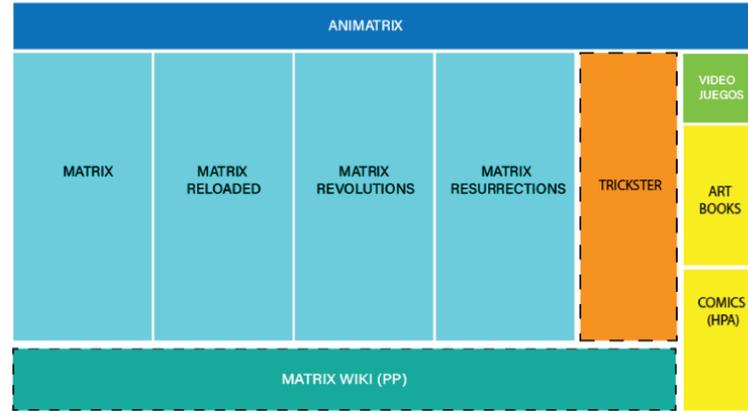
Contenido	Medio o Soporte	Relación con macrohistoria
Films	Internet, Stream, Cine	Macrohistoria, precuela, secuela
Libros, cómics	Internet, E-Book, impreso	Macrohistoria, Completa la historia, Profundización en los pj
Videojuegos	Internet, PC, Consolas	Historia intersticial, paralela, periférica, precuela, secuela
Teatro y Series	Internet, Tv, Stream, Físico	Macrohistoria, secuela, Historia intersticial, completa la historia
Parque tematico	Físico	Completa la historia, Profundización en los personajes
Juegos de mesa	Internet, Stream, Físico	Macrohistoria
Wikis	Internet	Macrohistoria, Profundización en los personajes
Merchandising	Internet	Profundización en los Personajes
Web	Internet, tiendas físicas	Macrohistoria, Completa la H, Profundización en los Personajes

Figura 11. Franquicia WIZARDING WORLD. Fuente: Elaboración propia a partir de partir Modelo Carrizo y WIZARDING WORLD Wiki.

4.6 MATRIX (1999-ACTUALIDAD):

Una saga cinematográfica de ciencia ficción. que construyó en torno de sí una narrativa transmedia. La historia de Matrix está centrada en un futuro distópico en el que la humanidad vive en una simulación digital, controlada por inteligencias artificiales y su protagonista en un relativo “camino del héroe” se vuelve el mesías de la humanidad.

Nombre	The Matrix
Imagen Logo	
Desarrollador	Lana Wachowski, Lilly Wachowski., Village Roadshow Pictures, Warner Bros.
Plataformas digitales	Página Web, Windows, PlayStation, 2, 5, Xbox, Series X/S, Gamecube, Android, iOS.
Contenido	Cine, Televisión, Cómic, Web, Apps, Videojuegos online, Videojuegos, Redes sociales, Wikis, RA, RV, juegos de mesa, merchandising oficial.



Contenido	Medio o Soporte	Relación con macrohistoria
Films	Cine, DVD, Stream, TV	Macrohistoria
Libros, cómics	Internet, impreso	Historia preliminar, paralela, Profundización en los personajes
Animación	Internet, cine, TV	Historia paralela, Completa la historia
Videojuegos	PC, Stream	Historia intersticial
FAN Film	Internet	Historia periférica
Wiki	Internet	Macrohistoria, Profundización en los personajes

Figura 12. Diferentes tipos de productos transmedia de la franquicia MATRIX. Elaboración propia a partir de Matrix Wiki

4.7 REVISIÓN DEL SONDEO

VIDEOJUEGOS Y PROSUMIDORES

Encuestados



Personas de entre 18 y 44 años.



Ubicados en América Latina, principalmente en Argentina.



Relativo conocimiento en cultura popular y universos narrativos transmedia.



Vinculadas con los videojuegos, tanto consumidores como prosumidores.

El sondeo fue respondido en su totalidad por 27 personas, descartándose aquellos formularios incompletos. Cuando se inquirió sobre el grado de vinculación en la creación de CGU, solo el 37% son prosumidores, difundiendo o creando, siendo parte de una comunidad gamer o desarrollando videojuegos solo un 11%. Al pedir ejemplos de videojuegos en los que los prosumidores hayan tenido un impacto clave en el desarrollo, se dieron ejemplos muy variados, dejando en claro el amplio espectro en que los prosumidores pueden actuar.

Sondeo

Años jugando videojuegos:
El 92% de los entrevistados tienen más de 10 años de experiencia.

Dispositivo en el que se juega:

Coop-Multiplayer o Single player:

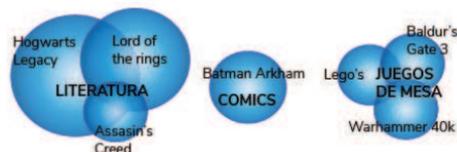
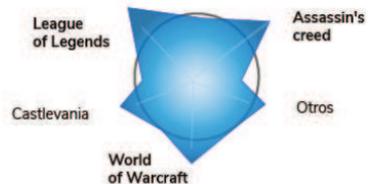
Tipologías preferidas de videojuegos: Lo que más los motiva para jugar es el entretenimiento, relajación y en tercer lugar la historia o narrativa del mismo juego, determinando esto antes que competir y desafiar a otros.

Videojuegos más jugados:

Los videojuegos más conocidos y jugados son League of legends, Assassins creed y World of warcraft.

Sagas de videojuegos mas nombradas, que hayan surgido desde otro medios. Las respuestas reforzaron la hipótesis que los videojuegos que forman parte de universos transmedia tienen una mayor exposición, rentabilidad y alcance. Esa relación simbiótica entre diferentes medios ha enriquecido el panorama de los videojuegos, dando una amplia gama de experiencias para los jugadores.

Ecosistema mediático



Los videojuegos más referidos:

-**Dota 2**, que es un juego nacido de un Mod de Warcraft 3. Dicho juego también fue la inspiración de League of Legends, siguiendo desde ahí caminos similares.

-**World of Warcraft** permite el uso de mods creados por la comunidad, suelen incorporar al videojuego NPCs o representaciones de personas a modo de conmemoración y recordatorio. El personaje Leeroy Jenkins (No confundir con nuestro Henry Jenkins), se volvió canon dada su relevancia en la comunidad. También la vuelta de expansiones anteriores como eventos multitudinarios fue motivada principalmente por la comunidad para poder revivir épocas anteriores dentro de la franquicia.

-**Los Sims, Elder Scrolls (Skyrim, Oblivion)** siempre fue abierto en cuestiones de Mods y addons, permitiendo desarrollar decoraciones, herramientas, edificaciones, personajes, historia alternativa, en sí un vasto repertorio de modificaciones que incluso pueden superar a DLCs o expansiones oficiales. Algunos llegaron a ser respaldados por la compañía desarrolladora.

Este último punto ejemplifica conexiones entre los prosumidores y los desarrolladores. Otro ejemplo como Blizzard, que al escuchará su comunidad tras años, fanmade, videos producidos por usuarios y una diversa cantidad de contenido, lanzaron oficialmente "*World of Warcraft classic*" como un proyecto para -cada cierto tiempo- revivir las expansiones anteriores del juego, cuyo desarrollo conlleva en variaciones en este "classic" que repercuten en el juego principal de múltiples maneras. Asimismo las expansiones más actuales recurren mucho al rol del jugador como protagonista de la historia, sino como ente capaz de decidir e influir en la misma, tanto dentro del juego (in-game) como por fuera (comunidades, foro, redes sociales) en pos de mantener tanto el juego como la comunidad saludable.

NARRATIVAS TRANSMEDIA

El 90% respondió positivamente cuando se inquirió si experimentaron videojuegos sabiendo que eran parte de una narrativa transmedia y a su vez dando ejemplos de dichas franquicias o sagas, prefiriendo los juegos parte de universos narrativos transme-

diáticos y encontrándose afines con dicha estrategia para construir una comunidad en torno a videojuegos. Aun cuando se indagó con una de las preguntas específicas de este trabajo, las respuestas, diversas, pueden agruparse de la siguiente manera:

La primera acepción considera que depende enteramente en el éxito del juego y participación de una comunidad apasionada. Dichos puntos son factores clave para una NT exitosa.

¿Cuáles crees que son las características en sagas de videojuegos que se han expandido de forma transmediática?

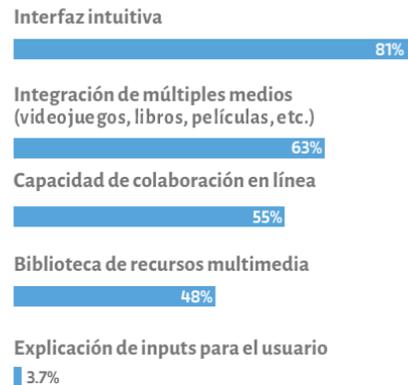
La segunda acepción refiere a la complejidad narrativa que suele hallarse en los detalles más profundos de la historia, a veces inconclusos o inexplorados. Los cuales pueden ser expandidos en otros medios a través de elementos secundarios o de otros personajes relevantes.

La tercera acepción se enfoca en la importancia del desarrollo del mundo en el videojuego, en la profundidad de los personajes y el lore. Si la narrativa es compleja pero memorable, en un mundo que tenga reglas claras y capaz de sostenerse sin los personajes protagonistas de la historia.

DESARROLLO DE UNA HERRAMIENTA ESQUEMÁTICA

Se prevé que quienes responden el sondeo necesitan un punto común respecto al término “*esquemática*”, es por ello que ante esta sección de preguntas, se colocó lo siguiente a modo de aclaración: “*La Esquemática es una representación gráfica simplificada de un sistema, proceso o estructura utilizando símbolos y diagramas para facilitar la comprensión de su funcionamiento o organización*”, a modo de párrafo explicativo. Los encuestados no están familiarizados con ninguna herramienta como la que propone esta investigación. Pese a ello presentan una actitud positiva hacia la idea de utilizar una herramienta que facilite la creación de narrativas transmedia de manera esquemática. Se considera esto una oportunidad viable, ya que el único ejemplo similar mencionado es el Rizoma. Sin embargo, opinaron que su existencia facilitaría la retroalimentación de la comunidad de jugadores, aportando elementos a los prosumidores. Al hacerlos partícipes sobre características consideradas esenciales de una posible herramienta, las respuestas fueron las siguientes:

Características esenciales en una herramienta para crear narrativas transmedia



Por último se indagó en cuál creen que sería el mayor desafío al implementar dicha herramienta, su voz fue clara: Resistencia al cambio por parte de la industria, desarrolladores, productoras y seguido por problemas de propiedad intelectual o derechos de autor. El 99% creen en que una herramienta de este tipo podría mejorar el desarrollo de NT.

CONCLUSIÓN FINAL DEL SONDEO

Se reafirma la hipótesis que los prosumidores juegan un papel clave en el mantenimiento y la vitalidad de las comunidades de productos como estos, contribuyendo con la creación de CGU que se extiende más allá del medio del videojuego dentro de la Narrativa transmedia. Recordemos que el prosumer puede expandir más allá de lo pensado por los desarrolladores (quienes poseen limitaciones creativas, económicas, ideológicas o directivas) mientras que el prosumer por su número e intensidad pueden sorprender. Su jerarquización se da en tanto la aceptación de la comunidad como los desarrolladores dan a esos aportes realizados desde el lugar de prosumidor. Desde la perspectiva del marketing, radica también en cómo el prosumer “se vende” en pos de alimentar ese universo narrativo transmedia; generando no sólo, por ejemplo, su mod. sino haciéndolo visible de manera transmediática. En el sondeo se han dado ejemplos breves de casos en que los prosumidores influyen en el desarrollo de un videojuego, luego queda en mano de los desarrolladores si dicho hito es, como en el caso de Leeroy Jenkins, explota-

do en distintos medios de la NT de manera oficial, o solo disfrutado por parte de la comunidad desde el fanmade. Se establece ciertas características de videojuegos que se han vuelto transmedia son su relevancia en el ambiente gamer y la longevidad en el ecosistema mediático. Mientras que productos que se han vuelto videojuegos se basan principalmente en su éxito comercial (véase Harry Potter desde la literatura, hasta las películas y la cantidad de videojuegos de por medio), la vigencia en el ecosistema mediático y la búsqueda de expansión de dicho producto.

Finalmente en el marco de la esquematización, estos contenidos realizados por prosumidores (visuales, narrativos, materiales y por ende, concretos) no solo expanden las narrativas a las que aportan, sino que también pueden ser esquematizados (en el caso de mods, addons e interfaces, lo son aún más dado que ya poseen un nivel de resolución visual per se). Es menester aportar a la coherencia y accesibilidad de dichos CGU y en tanto narrativa, de modo que incentiven el surgimiento de nuevos prosumidores así como enriquezcan la experiencia en el ecosistema mediático.



CAPÍTULO V:

**DESARROLLO
PROYECTUAL**

V

5.0 JUSTIFICACIÓN

Dado lo expuesto anteriormente, podemos reafirmar que el papel de los prosumidores como fuerza motriz de los universos transmedia en el ecosistema mediático: es clave. Su participación no solo enriquece los relatos al incorporar diversas perspectivas y elementos innovadores, sino que también fomenta la inteligencia colectiva, nucleando comunidades socialmente dinámicas. Desde el diseño de información, se propone el ordenamiento de una complejidad interna que permita simplicidad externa a quien utilizando lo diseñado, obtenga lo que desea a través de dicha simplicidad (Costa, 2019). **Por esto es que se propuso como proyecto realizar una herramienta esquemática, orientada por operaciones de diseño competentes con el entendimiento de un prosumidor medio.**

Dentro del diseño de la comunicación visual y sus posibilidades, **se consideró que la misma sea una plataforma web dedicada como un espacio para de los prosumidores de NT vinculadas a videojuegos.** El usuario aporta sus necesidades y expectativas, la

plataforma presenta sus limitaciones, los diseñadores de la interfaz aportan su creatividad e innovación y los prosumidores potenciales influyen en la forma en que se percibe y adapta la interfaz con el paso del tiempo (Costa, 2019). Es por esto que el uso de una herramienta esquemática a modo de plataforma web, unirá la interacción entre núcleos de prosumidores y desarrolladores. Sumando a la NT incorporada en la plataforma e incentivando el surgimiento de más prosumidores para enriquecer, proyectar y expandir las narrativas de su interés.

5.1 PRESENTACIÓN DE LA PLATAFORMA

En base a lo visto en esta investigación, se establecen las características fundamentales para la herramienta esquemática, guiando tanto la creación, organización y gestión de contenido tanto para los prosumidores como los desarrolladores. Detallando en orden jerárquico:

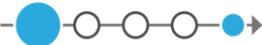
Usable, intuitiva e interactiva: el universo narrativo transmedia que interpele la herramienta debe poder verse de forma dinámica, pudiendo manipular elementos y relaciones de manera interactiva, de modo que un prosumidor sin formación exhaustiva pueda utilizarlo sin inconvenientes. Pudiendo soportar narrativas complejas e interpelar una multiplicidad de medios como conllevan narrativas así y su esquematización.

Colaborativa, multiplataforma e integrada: los prosumidores pueden operar en el mismo proyecto en tiempo real, teniendo a su vez soporte para ser incrustado o vinculado a plataformas relacionadas a comunidades (Wiki, reddit, discord, entre otras) para poder compartir y discutir al respecto. Así como tener integración con herramientas de desarrolladores y lenguaje de programación, código, plantillas y módulos específicos.

Gestión de recursos, soporte y mapeo: se da a los prosumidores capacidades para organizar y gestionar los diferentes recursos narrativos (textos, imágenes, sonidos, etc.) dentro de la herramienta, así como extensa documentación, tutoriales y ejemplos para sacar el máximo provecho de la herramienta.

En el aspecto esquemático, se dispondrá de la siguiente manera: Una plataforma web, orientada a prosumidores y desarrolladores de NT, donde su capacidad de acción se desglosa de: explorar y crear (estas sumadas a “difundir”

son las acciones de los prosumers en comunidades, según Gary p. Hayes y Carlos Scolari, pero decidí que difundir está implícito en el uso de la herramienta en sí misma).

FUNCIÓN ESQUEMÁTICA	TIPOLOGÍAS	EXP. GRÁFICAS	USO CONCRETO
Expresar principalmente relaciones	Isogramas, cartogramas, funcionales, logigramas, histogramas, diagramas.		Mapear eventos de manera geográfica, visualizar proceso de desarrollo transmedia, flujo de decisiones.
Expresar principalmente estructuras	Organigramas, redes, cuadros sinópticos, árboles y rizomas		Arboles genealógicos, relaciones de poder, estructuras jerárquicas.
Expresar principalmente desarrollos, procesos y evoluciones en el tiempo	Cronogramas, plannings, ciclogramas, árboles, PERT, algorigramas, líneas de tiempo.		Orden cosmológico, línea de procesos concretos. Cronología de un personaje, saga, proceso lineal, eventos.
Signos icónicos	Pictogramas, ideogramas		Categorías de contenido, botones de acción, filtros de búsqueda.
Datos cualitativos, fenómenos	Histogramas, diagramas, organigramas.		Interactividad, aportes de prosumidores a través del paso del tiempo, ilustración de procesos, explicitar patrones y tendencias, visibilidad.

EN ESTE PUNTO SE DEFINE EL PERFIL DE USUARIO MEDIO:



LUNA "STELLARMOON" FARIAS
Mujer, 29 años. Sagitario. En pareja, vive con su hamster.
Santa fe, Argentina.

Tiene la necesidad de una plataforma que le proporcione acceso a recursos de storytelling, oportunidades creativas y networking. Le ayudaría con su escritura y dinámicas personales en el mundo de los videojuegos de rol un lugar donde pueda acceder a recursos avanzados, colaborar con otros creadores, y mantenerse al día con tendencias, narrativas y videojuegos.

★ **Juego de mesa:** Warhammer 40k
Videojuego: Baldur's Gate 3
Rol: Support, healer.

UNT: Wizarding world
Film: Harry Potter y el prisionero de Azkaban

- Licenciada en Bellas Artes,
- Curso adicional en Diseño de Videojuegos.
- Diseñadora gráfica freelance.
- Admin de Podcast de Rol.

Hobbies: Escritora, entusiasta jugadora de "Dungeons & Dragons" y videojuegos RPG. Disfruta especialmente de la creación de personajes e inmersión en historias de fantasía.



NAMING

El nombre se pensó en relación al vínculo entre el sol y las estrellas: **SUN&STAR**. Se pudo realizar una brevísima aproximación al diseño de logo/estética.

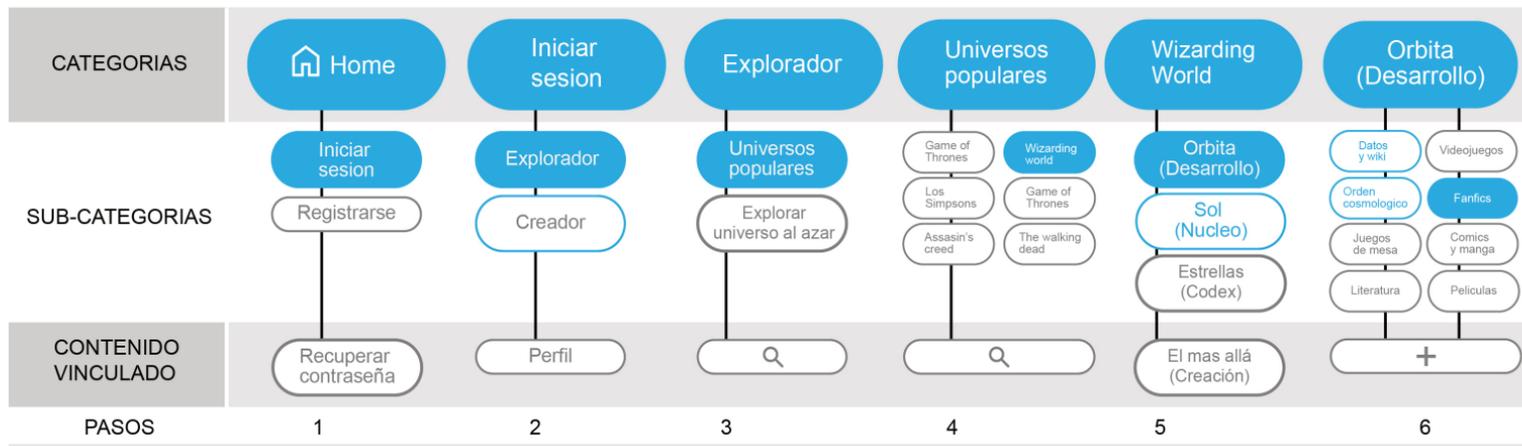
El sol representa el centro del sistema solar, la fuente de luz y energía, simbolizando el papel central del contenido oficial en su universo narrativo. Las estrellas, en cambio, son las extensiones y las múltiples contribuciones de los prosumidores, cada una añadiendo su propio brillo y carácter al universo en expansión. A medida que se aleja del sol la oscuridad y la expansión se va difuminando hasta un más allá, el cual es el terreno desconocido de la UNT.

Todo esto se tiene en cuenta desde la metáfora, al ser pensado como una plataforma web globalizada, el sol y estrellas son elementos universales con los que todos tienen una conexión emocional respecto a su percepción. El naming es lo suficientemente versátil, evocando amplitud, creatividad y comunidad, características ideales para una plataforma dedicada a los prosumidores de universos narrativos transmedia.

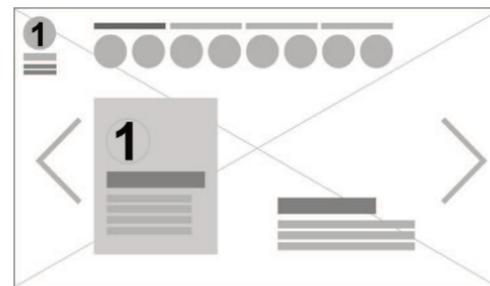
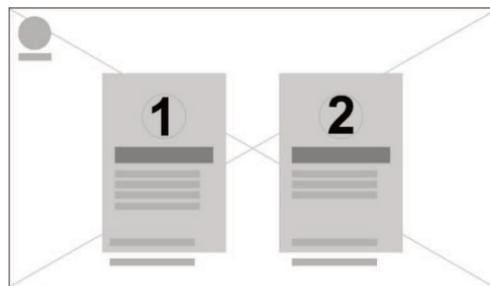
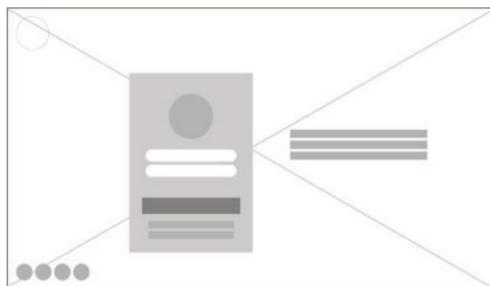
5.2 ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN

La estructura de la plataforma sigue un planteo web tradicional. Para mostrar la arquitectura de información se utilizara un caso de ejemplo: , recorrido de un usuario explorador hacia los fanficsel cual desglosa los pasos a hacer para navegar exitosamente en la misma.

- **El usuario inicia sesión** e ingresa en el perfil de explorador, donde busca el universo de Harry Potter (wizarding world). Dicho universo ha sido pre-subido a la plataforma por otro usuario, utilizando el sistema de vincular la información de las fandom wiki existentes sobre Wizarding World. **Debajo se expresan estos pasos en la arquitectura de información:**



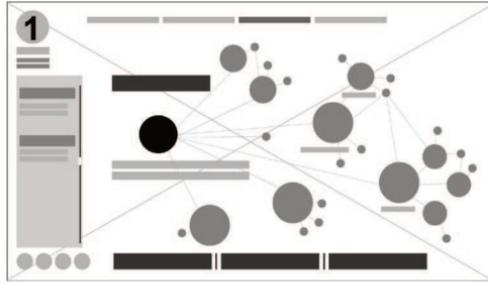
5.2 ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN



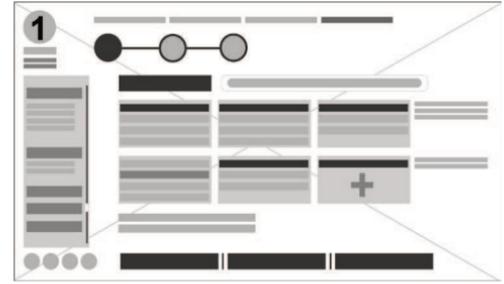
1. En la pantalla de inicio se muestra un menú con las opciones de ingresar a la cuenta, registrarse y recuperar la contraseña. A la derecha, se encuentra un texto descriptivo que explica las funcionalidades y propósito de la web. Debajo a la izquierda, como íconos, varias redes sociales/comunidades afines a la página.

2. Tras registrarse, se presentan dos perfiles estándar para comenzar a utilizar la página, que no son limitantes y se pueden alternar entre ellos libremente. El perfil 1 es de 'explorador' y el perfil 2 es de 'creador'. Durante la navegación, se pueden encontrar pistas o realizar acciones que posibilitan enlazar estos perfiles y saltar de uno a otro.

3. Al elegir el perfil de explorador, se ingresa a un layout donde en la parte superior se ven los UNT más populares, a modo de Story. En los laterales, se encuentran flechas para saltar rápido entre diferentes UNT. En el fondo, se carga el universo a explorar, acompañado de una breve descripción tanto de las actividades del explorador como de un resumen del universo en vista.



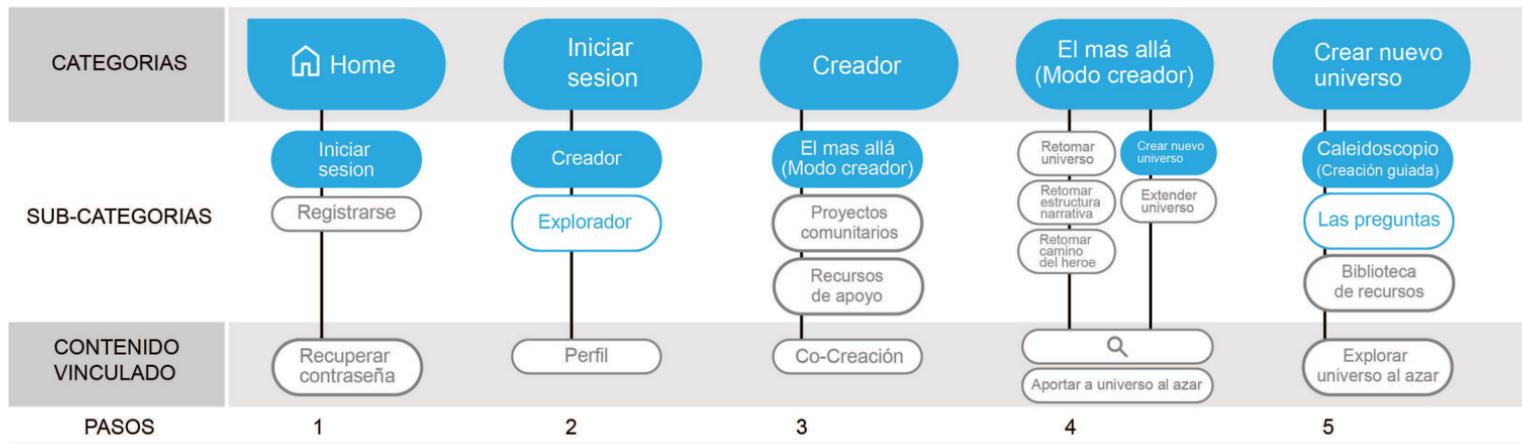
4. Dentro del universo elegido, se muestran historias y medios vinculados de manera rizomática. A la izquierda, hay un menú que simplifica la navegación y, debajo, enlaces a wikis de la información seleccionada. Al elegir un producto o saga principal, se enlista todo lo relacionado en la plataforma sobre su presencia en el ecosistema mediático, priorizando el contenido fanmade.



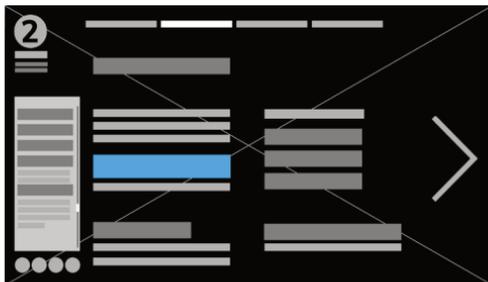
5. Eligiendo Fanfics, se presentan las obras en listas para facilitar su exploración. Cada una está organizada por género, popularidad, fecha de publicación y otras métricas que permiten a los prosumidores encontrar fácilmente el contenido a base de filtros. En la última lista, se incluye una opción para fomentar la contribución activa mediante la creación de historias. A la derecha de la pantalla, hay consejos, recomendaciones y orientación sobre cómo mejorar fanfics, así como sugerencias para crearlos.

Ejemplificado ya el recorrido de un usuario explorador hacia los fanfics, se plantea el caso de otro prosumidor que quiere crear un universo nuevo. Para lo cual dispone de varias alternativas, como por ejemplo retomar estructuras de universos ya existentes o crear de manera asistida. Para esto último, el prosumidor inicia sesión y elige el perfil de creador para al final utilizar el método creativo del caleidoscopio para que lo guíe en crear su universo transmedia. Debajo se expresan estos pasos en la arquitectura de información:

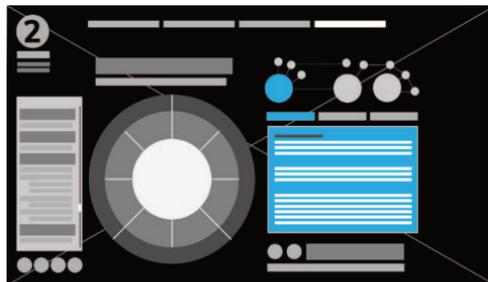
1. En la pantalla de inicio, el prosumidor ingresa. Elige el perfil 2 (creador). El cual ofrece alternativas para editar, crear, conectar y retomar UNT.



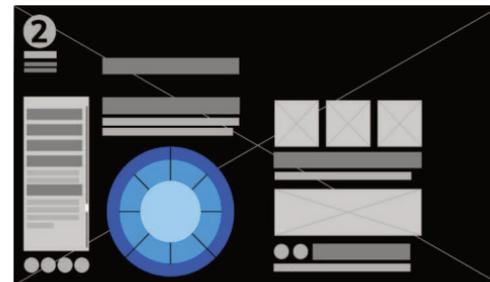
5.2 ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN



2. En el perfil de creador, se presenta un menú con premisas de las opciones para fomentar la creatividad y la colaboración. Se incluye crear nuevo universo, acceso a proyectos comunitarios donde varios prosumidores pueden actuar juntos, y una sección de recursos, ayuda, guías, tutoriales y materiales de referencia. Debajo un menú de co-creación, que facilita la colaboración en tiempo real con usuarios definidos para la edición conjunta de proyectos a menor escala.



3. En el modo creador, hay opciones para retomar distintos aspectos de los UNT cargados en la plataforma. Los prosumidores pueden desarrollar el universo, narrativa o el camino del héroe, adquiriendo bases de algo que ya existe en el ecosistema mediático como base creativa para el suyo. Además, se ofrece la sugerencia de expandir un universo existente, permitiendo al creador buscar uno específico o elegir uno al azar. Elegiremos la opción de Crear nuevo universo.



4. Las alternativas que propone la plataforma son orientativas y variadas. La más amplia es el Caleidoscopio, una herramienta integral para la creación de universos narrativos. La segunda alternativa son Las Preguntas, una serie de 25 interrogantes diseñadas para asistir en la creación de universos, tramas o personajes. Además, la biblioteca de recursos ofrece plantillas, esquemas, sugerencias y fragmentos creados por otros prosumidores, proporcionando una base sólida y una fuente de inspiración para futuros proyectos.

5.3 DESARROLLO DEL CALEIDOSCOPIO

Retomaremos el concepto de “caleidoscopio” para el perfil de creador donde la metáfora en torno al universo estructura-base sólida pueda replicarse más allá de lo específico de un universo narrativo (osea disponer de moldes). El mismo no maneja conceptos a modo de texto, sino que articula una yuxtaposición de usos tipológicos con categorías y jerarquías que organizará el prosumer por un lado y lo guiarán/acompañarán por otro. Debajo se deja a modo de ejemplo un esquema del caleidoscopio del cambio, creado por Hailey & Balogun. Se pueden distinguir 3 anillos en los que el exterior es meramente contextual, mientras que el anillo del medio posee decisiones contextuales que deben ser consideradas para un cambio relativo y en el círculo central hay caminos concretos. Para el funcionamiento del mismo en este proyecto, se deben realizar múltiples ajustes.

El caleidoscopio propone -mediante esquemas concretos dentro de sí mismo- la posibilidad de crear, ver y ubicar contenidos específicos del UNT de manera

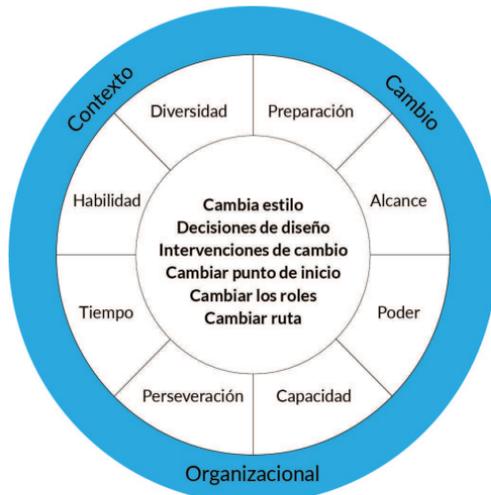


Figura 13. Propuestas del caleidoscopio del cambio adaptado al uso en UNT. Fuente: J. Balogun and V. Hope Hailey.

organizada, resumida y centrada en un único lugar. Apoyando esto la plataforma web facilita el registro de las partes y permite descargar el UNT a modo de TXT, WORD o ZIP, incluyendo imágenes generadas por los esquemas dentro de la herramienta.



Figura 14. Propuestas del caleidoscopio del cambio adaptado al uso en UNT, su análisis y generación. Fuente: elaboración propia adaptando el caleidoscopio del cambio, creado por Hailey & Balogun.

5.3 DESARROLLO DEL CALEIDOSCOPIO

TEMA Define los temas centrales que tratará el UNT y los mensajes subyacentes que se abordan a lo largo de la gran narrativa, proporcionando cohesión y significado a las historias.	Estructura narrativa	Proporciona herramientas para crear y desarrollar tramas y personajes, incluyendo arcos narrativos, subtramas y técnicas de desarrollo de protagonistas y antagonistas.	LEYES VARIABLES Establece reglas o principios flexibles que pueden cambiar o adaptarse según las circunstancias dentro del UNT, permitiendo la evolución y la adaptabilidad de algunas normas.
	Especies, geografía y religiones	Se propone como una sección integral que permite a los prosumidores diseñar y explorar estos elementos cruciales. Esta categoría facilita la creación detallada de especies y razas, proporcionando herramientas para definir sus características físicas, comportamientos y culturas.	
LEYES INVARIABLES Define los principios universales que son constantes e inalterables dentro de la trama, dando coherencia y estabilidad en la estructura del mundo ficticio.	Alcance y productos	Define el alcance del proyecto y los productos resultantes, incluyendo tipos de medios y formatos transmedia utilizados dentro de las sub-categorías VER, LEER y JUGAR.	ORGANIZACIÓN Estructura y gestiona las facciones, gobiernos y grupos dentro del universo narrativo, incluyendo jerarquías, alianzas y conflictos a gran escala.
	Escalas de Poder	Definir y equilibrar SOLAMENTE los niveles de poder y habilidades de personajes y entidades entre sí, a modo de tierlist y plasmado en un diagrama de barras yuxtapuesto.	
ESTRUCTURA MACRO-NARRATIVA Establece el marco general y la organización principal de la narrativa, incluyendo arcos narrativos amplios, puntos de inflexión clave y la dirección general del desarrollo de la historia en el universo transmedia.	Habilidades particulares	Detalla y organiza habilidades únicas y características especiales de personajes, permitiendo su integración coherente en la narrativa y visibles a modo de lista interactiva.	CONTEXTO Entorno y circunstancias que rodean a los eventos y personajes dentro del universo narrativo, dando trasfondo necesario para comprender la trama e interacciones.
	Orden cosmológico	Establece la estructura y la organización del cosmos dentro del universo narrativo, incluyendo sistemas estelares, dimensiones alternativas y leyes físicas específicas. A MODO DE RIZOMA.	
	Cronología	Organiza eventos clave y periodos históricos dentro del universo narrativo, facilitando la coherencia temporal y la evolución de la trama a lo largo del tiempo. LINEA DE TIEMPO.	
	Tiempo y espacio	Pauta las dimensiones temporales y espaciales dentro del universo narrativo, incluyendo viajes temporales, dimensiones alternativas y otras realidades del UNT.	

Ejemplos de uso en el universo Wizingding World:

La estructura esquemática adoptada se asemeja a un conjunto de páginas superpuestas y plegadas que se despliegan de manera secuencial. Esta forma de presentación modular permite que cada sección se explore en detalle, al mismo tiempo que se mantiene una conexión coherente entre las distintas partes del contenido y una interfaz limpia.

En el primer ejemplo, el cual fue inspirado por el rizoma, se encuentra un desglosé de alcance y productos del UNT. Los mismos distinguidos por jerarquía cromática y aglutinamiento según cantidades. Mientras que en el segundo ejemplo se utilizan pictogramas de estrellas (citando así al ya instalado ranking que las utiliza) y un esquema de barras superpuestas en la parte superior, para

comparar rápidamente las escalas y jerarquías de poder. Aquellos mas altos están en los colores mas intensos, mientras que va aclarandose según el mismo decrece. A la derecha de las fotografías/ilustraciones de los personajes se encuentra una barra de deslizamiento, lo cual ayuda a nivelar la cantidades de personajes de manera tal que no afecte la disposición de la interfaz.



Figura 15. Caleidoscopio aplicado al UNT de Wizingding World, presentando los productos oficiales y fanmade.



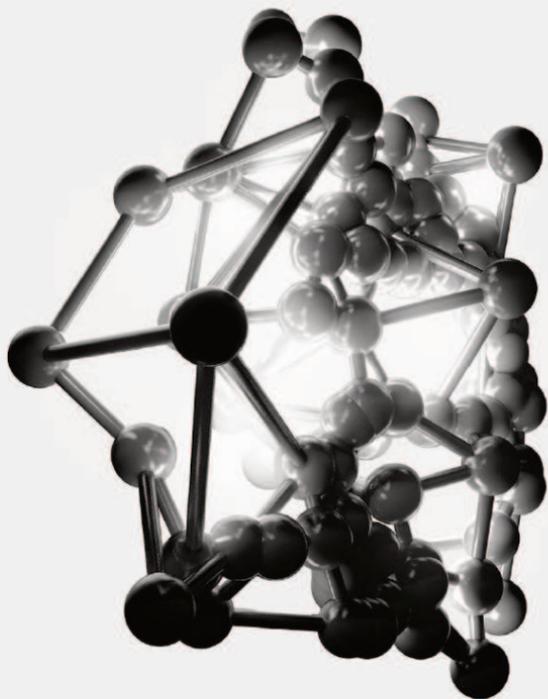
Figura 16. Caleidoscopio aplicado al UNT de Wizingding World, presentando esquema de escalas de poder.

5.4 CONCLUSIÓN DE LA PROPUESTA

La herramienta esquemática propuesta proporciona un entorno integral para la exploración, análisis y creación de universos narrativos transmedia. Diseñada como una web interactiva, tanto para explorar UNT como generarlos, facilitaría a los usuarios la estructuración detallada y coherente de diversos elementos narrativos, incluyendo desde la definición de especies y geografías hasta la organización de poderes y cronologías. El caleidoscopio y las preguntas permitirían a los prosumidores diseñar arcos narrativos complejos, establecer reglas flexibles o constantes según la trama, y gestionar la cohesión temporal y espacial con esquemas de manera visual. Esta organización fomenta la exploración de temas centrales y mensajes subyacentes, asegurando que cada elemento contribuya de manera significativa a la macro-narrativa general del UNT para luego bajar a los temas específicos y narrativa de cada historia en particular.

Para expandir y enriquecer los mundos narrativos de los videojuegos, la plataforma integraría características que faciliten la colaboración entre los usuarios (prosumidores y desarrolladores), a ser la posibilidad de crear plantillas, proyectos comunitarios o proyectos con co-creadores. Esto implica una flexibilidad excepcional para incorporar contenidos generados por prosumidores y creadores profesionales de manera coherente y adaptable, presentándose bajo un mismo peso al contenido oficial como el fanmade. En términos de funcionalidad se fomenta tanto la exploración, como la creación y desarrollo de temas centrales, mensajes subyacentes que enriquezcan la experiencia narrativa global del videojuego.

Este enfoque no sólo optimizaría la creación de historias enriquecidas y multidimensionales, sino que también proporciona una base sólida para el análisis crítico y la iteración colaborativa de manera visual, promoviendo así un desarrollo continuo y evolutivo de los proyectos transmedia.



CAPÍTULO VI:

CONCLUSIONES

.VI

VIAJE ANTES QUE DESTINO.

6.0 CONCLUSIONES

Al termino de esta investigación, dada la magnitud y profundidad del desarrollo, la interdisciplinariedad de la misma y el trabajo detrás que necesita la herramienta/plataforma para realizar los testeos necesarios, la misma se encuentra en etapas tempranas de desarrollo, en que los avances sobre la superficialidad y testeo con usuarios no se abordaron (en torno a esto último se extiende en el capítulo 6.3).

Aclarado esto, es menester afirmar que se da por alcanzado el primer objetivo general. El mismo trata sobre el desarrollo de una herramienta basada en la esquemática y determinar las características generales de los universos narrativos transmedia. Sobre este punto se presentan las las siguientes salvedades:

- La plataforma web que se ha planificado y desarrollado como resultado proyectual, dispone de recursos esquemáticos que, como las narrativas transmedia, pueden seguir expandiéndose. Estos se han dispuesto de manera que el usuario medio pueda sacarles provecho dependiendo de sus necesidades creativas. Dicho en palabras de Cecilia Mazzeo: *“el grado de complejidad del sistema gráfico como sus alternativas de aplicación no implican un valor en sí mismo sino que deben estar en concordancia con las necesidades a las que se necesita dar respuesta”*. Tales necesidades son los principios en los que se basan: la plataforma, el prosumidor y las características dispuestas como determinantes de los universos narrativos transmedia.
- El nivel superficial y su testeo con prosumidores podría esclarecer aspectos relacionados más con la experiencia del usuario (UX) y la interfaz de usuario (UI) que con las tipologías y conceptos planteados en esta investigación. La dinámica propuesta, en la que uno o más prosumidores generan CGU sobre universos narrativos transmedia existentes y nuevos, y la posibilidad de

extrapolar este contenido a otros contextos, representa una premisa innovadora. No obstante, es posible encontrar vestigios de esta dinámica en otras plataformas, como Wattpad, que se utiliza para la escritura y cuenta con una comunidad que produce tanto contenido fanmade como original. Sin embargo, Wattpad no aborda específicamente la creación de UNT de manera intencionada como este proyecto.

Se ha establecido una aproximación al segundo objetivo general. Es considerable que pese a la capacidad de los desarrolladores de generar obras núcleo, al expandirse hacia los videojuegos el resultado final de las ventas y los prosumidores de los productos ya vigentes, sigue siendo un principio muy fuerte respecto al interés que despierta dicha expansión. Mientras que un videojuego pensado como tal y luego extendiéndose al ecosistema mediático mediante otro tipo de productos, como por ejemplo adaptaciones cinematográficas, suele ser poco llamativo y hasta poco rentable (véase la recepción del público y la crítica en la mayo-

ría de películas basadas en videojuegos, como Assassin's creed o Warcraft, ambas de 2016).

Como conclusión de los objetivos específicos se ha determinado que los prosumidores y sus prácticas influyen en los medios que consumen con ejemplos más arriba. Los mismos tienen una relación simbiótica con los desarrolladores en los que los últimos, pese a sus limitaciones, buscan cumplir u reconocer la devoción de los primeros. Esto es visible en el ejemplo de Leeroy Jenkins en World of Warcraft, mencionado en el capítulo correspondiente al sondeo. Dada la actividad en las comunidades gamer con modding, skinning y hasta generar expansiones fanmade son un caldo de cultivo de los cuales los desarrolladores también se alimentan. Otro gran ejemplo de esto es la comunidad de Skyrim, que como juego single player tiene hoy en día más de 64726 Mods creados por la comunidad.

Se han relevado con la herramienta de análisis de García Carrizo, casos de UNT que han enriquecido el proceso de diseño de la plataforma web

proveyendo de contenido y categorías para su desarrollo, así como lucidez al ver su investigación. **En relación con el último objetivo específico,** que consistía en explicitar la influencia de los prosumidores en el desarrollo de una narrativa transmedia particular, se realizó un sondeo preliminar en el marco de esta investigación. Sin embargo, **se considera que este objetivo no se ha explicitado en detalle durante la investigación.**

En cuanto a los interrogantes principales, al investigar sobre características consideradas esenciales para la herramienta proyectual, resultó que la integración de múltiples medios, junto a una interfaz intuitiva, son factores determinantes en facilitar la expansión de los universos narrativos transmedia, así como la pertinencia en el arco de esquemas escogido, como el rizoma, las líneas de tiempo, diagramas de arco y los demás que fueron planteados en su capítulo específico. Desde el diseño de información e interfaz se buscó proveer de manera indistinta a desarrolladores y prosumidores un espacio colaborativo con herramientas creativas afines. Dicho espacio mediante

la guía, preguntas, colaboración entre usuarios, operaciones, diagramas, esquemas, dota la capacidad de expansión y el generar caminos posibles en cualquier NT, ya sea integrada desde el ecosistema mediático, como generada allí mismo.

En tanto las preguntas específicas se resalta que la profundidad narrativa y coherencia de la macro-narrativa son esenciales para mantener el interés en el UNT, seguido por la influencia de la popularidad del mismo, la participación fan y los detalles narrativos hacen que sea memorable en el ecosistema mediático. Se establece que ciertas características de videojuegos que se han vuelto transmedia son su relevancia en el ambiente gamer y la longevidad en el ecosistema mediático. Mientras que productos que se han vuelto videojuegos se basan principalmente en su éxito comercial (véase Harry Potter desde la literatura, hasta las películas y la cantidad de videojuegos de por medio), la vigencia en el ecosistema mediático y la búsqueda de expansión de dicho producto. Finalmente en el marco de la esquematización, estos contenidos realizados por prosumidores

(visuales, narrativos, materiales y por ende, concretos) no solo expanden las narrativas a las que aportan, sino que pueden ser esquematizados (en el caso de mods, addons e interfaces, ya lo son). Es menester aportar a la coherencia y accesibilidad de dichos CGU en tanto narrativa, incentivando el surgimiento de nuevos prosumidores así como enriquezcan la experiencia de consumidores y prosumidores de dichos productos del ecosistema mediático.

La hipótesis planteada en esta investigación, sostiene que los videojuegos de más alcance eran los que integraban un universo narrativo transmedia. Dicha afirmación es veraz, sin embargo durante la investigación se prescinde de comparar videojuegos que formen parte de UNT y aquellos que no; sin embargo como disparador para indagar entre sagas de videojuegos desarrolladas como NT y en NTs que incursionan en videojuegos fungió como un potente disparador, lo cual se detalló más arriba. Lo siguiente: *“Es posible identificar relaciones definidas en aquellos contenidos generados por los prosumidores, que influyen en la trama del videojuego si*

cuentan con espacios, herramientas interactivas, acceso a mecánicas específicas o la posibilidad de expresarse y personalizar elementos.” pudo comprobarse, más no se ha podido indagar más de manera visual, implementando la herramienta proyectual.

Las estimaciones formuladas en la hipótesis no han podido ser corroboradas en su totalidad, dado que la herramienta se encuentra en una etapa muy temprana de desarrollo, lo que impide su testeo efectivo. Sin embargo, basándonos en el relevamiento de casos de estudio, referentes y ejemplos obtenidos a través del sondeo, **se puede inferir que esta herramienta tendría un impacto positivo en la interacción entre núcleos de prosumidores y desarrolladores de universos narrativos transmedia.** La plataforma, aunque aún en desarrollo, muestra un potencial significativo para facilitar y enriquecer las colaboraciones creativas, promoviendo como otro medio creativo en el ecosistema mediático, uno más unificado, dinámico y participativo.

6.1 LA EXPERIENCIA DE CARTOGRAFIAR UNIVERSOS ENTEROS

Durante esta investigación no pude evitar pensar en que el disfrutar como consumidor, de múltiples productos de distintos universos narrativos transmedia ha traído a mi vida algo mensurable como *felicidad*. A lo largo de esta investigación he buscado rozar la experiencia de cartografiar universos enteros, lo cual ha sido tanto desafiante como enriquecedor y disfrutable. Para alguien a quien el *storytelling* (contar historias) y el *worldbuilding* (el proceso de creación de un mundo imaginario, algunas veces asociado a un universo ficticio completo) resultan fascinantes. A lo largo de esta investigación, he tenido la oportunidad de adentrarme en las ramificaciones de universos narrativos que se expanden a través de múltiples plataformas por el ecosistema mediático. Este proceso ha sido formativo en términos de análisis, lectura de autores específicos de la temática y dada esta observación de las narrativas transmedia, quería dar un algo a modo de retribución. Un algo con lo que se pudiera explorar, algo como una brújula que no apunte al norte.

Desde el inicio, el objetivo fue claro: generar una herramienta esquemática que facilitara a los prosumidores y desarrolladores la visualización y expansión de estos universos, ¿pero que tal algo para hacerlos mensurables?. La tarea implicó no sólo una extensa revisión bibliográfica, sino también un análisis de otras herramientas afines, casos de estudio como el de García Carrizo o el de Ryan Javanshir y ejemplos prácticos en los que los prosumidores extiendan universos transmedia hasta niveles ridículos.

El pensar en cartografiar universos enteros, se centró en encontrar patrones, muchos de ellos comprensibles gracias a Durgan A. Nallar, así como ver casos únicos en la forma en que se construyen y expanden las narraciones. Uno de los aspectos más gratificantes de este proceso fue ver la colaboración con la comunidad de prosumidores. Me encontré charlando de esto con gente de distintos países y en varios idiomas. Sus comentarios ayudaron a calibrar y mejorar la herramienta, asegurando que responda a necesidades reales y quizá, a través de talleres, entrevistas, más sondeos y pruebas

preliminares, refinar la herramienta para que sea más intuitiva y accesible pero sobre todo funcione generativamente.

A pesar de los desafíos inherentes al desarrollo de una tesis de grado, el desafío de cartografía universos enteros ha sido profundamente gratificante. Una verdadera travesía que me hizo reencontrarme con autores de la talla de Sapkowski, RR. Martin, Tolkien, Cornwell. Sino también descubrir a una autora como Ursula K. Le Guin quien me recordó que la madurez no es un crecimiento etario, que los dragones existen, que esa madurez es un desarrollo; que un adulto no es un niño muerto, sino un niño que sobrevivió y alguien quien cree en la fantasía.

“Porque la fantasía es verdadera, por supuesto. No es fáctica, pero es verdadera. Los niños lo saben. Los adultos también lo saben, y es precisamente por eso que muchos de ellos le temen. Saben que su verdad desafía, incluso a amenaza, todo lo que es falso, todo lo que es fingido, innecesario y trivial en la vida que se han dejado forzar a vivir. Le temen a los dragones porque le temen a la libertad”.- Ursula K. Le Guin

6.2 MENSAJE EN UNA BOTELLA (A QUIEN QUIERA SEGUIR INVESTIGANDO)

En palabras de Scolari “*las NT están de moda*”. Esas palabras están plasmadas en su libro publicado en 2013 llamado “*Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*”, en el cual ya menciona que Henry Jenkins lo viene tratando las NT desde 2003 y también él decía que ¡estas cuestiones se venían estudiando hace décadas! y hace un tiempo en un libro cuyo autores desconocemos, alguien dijo “*Nihil novum sub sole*” que significa: nada nuevo bajo el sol. Como se ha visto en esta investigación, la exploración de universos narrativos transmedia puede ser tan extensa como multifacética. **¿Podemos decir entonces que no hay nada nuevo bajo el sol?**

Yo creo que lo que hay son nuevas relaciones entre los nodos que ya están bajo el sol, nuevas interconexiones, nuevas interpretaciones, nuevas maneras de decir o mostrar y quizás, cada tanto, algo nuevo que cambia poco y algo nuevo que lo cambia todo:

- Respecto a las narrativas transmedia aún queda tela que cortar, así como acordar categorías, conceptos compartidos y todo un gran conjunto sobre el cual construir teoría sólida, más que experiencias empíricas y escritos de unos pocos autores.
- La interdisciplinariedad es un concepto clave y gran parte del desarrollo de esta tesina es contemplar saberes de otras disciplinas o áreas del conocimiento para generar ideas y caminos viables, porque si la narrativa es transmedia, ¿porque no pensararlo todo de modo transmedia?.
- Parte del sentido de las NT son los prosumidores. Esto presenta la particularidad que siempre los desarrolladores de dicha narrativa, por razones lógicas, tendrán más jerarquía sobre ellos. Contrario a esta premisa, existe el concepto de Emirec que asienta sus bases en la consideración de los individuos como emisores/receptores al mismo tiempo, actuando bajo principios de horizontalidad, sin jerarquías. El prosumidor produce y consume para reproducir el orden económico, mientras que el emirec comunica desde una libertad crítica.
- ¿Es posible calcular el impacto social de las UNT? Examinar cómo estas narrativas influyen en las creencias, comportamientos y culturas de la sociedad de consumidores puede ofrecer perspectivas valiosas sobre su alcance realista. ¿Qué papel juegan las UNT en la formación de identidades colectivas e individuales? ¿Cómo pueden ser utilizadas para promover valores sociales positivos?
- El uso de inteligencias artificiales en la creación y expansión de UNT representa un campo emergente, aterrador y emocionante. Examinar cómo la IA puede generar contenido narrativo, personalizar experiencias para los usuarios y facilitar la gestión de narrativas complejas y ramificadas puede ser un punto muy interesante sobre el cual hacer foco. ¿Qué roles pueden desempeñar los algoritmos de IA en la adaptación y evolución de historias? ¿Cómo se puede garantizar que las contribuciones de la IA mantengan la coherencia y calidad narrativa si hoy en día poseen el limitante de su propia inmensidad? ¿Cómo se puede medir el impacto de esta participación en el entorno mediático?

La exploración de los universos narrativos transmedia es un viaje sin fin, es EL viaje. Lleno de posibilidades y descubrimientos. Espero que estos disparadores puedan servir de inspiración para futuros investigadores que deseen adentrarse en este fascinante campo a cartografiar. La capacidad de las UNT para entrelazar historias y experiencias (no necesariamente de ficción) a través de múltiples plataformas y medios ofrece un terreno fértil para la innovación y el conocimiento.

A quien quiera seguir investigando, le dejo este mensaje en una botella: el universo de las narrativas transmedia es inmenso y está lleno de oportunidades esperando ser descubiertas.

¡Arriba y adelante!



CAPÍTULO VII

BIBLIOGRAFÍA

.VII

7.0 BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- **BANKS, M. (2010).** Los datos visuales en investigación cualitativa. Madrid: Morata.
- **Bernal, C. (2010).** Metodología de la investigación. Colombia: Pearson Educación.
- **Caillois, R. (1986).** Los juegos y los hombres, la máscara y el vértigo, México, FCE.
- **Costa, J. (1998).** La esquemática. Visualizar la información. Barcelona, España: Paidós.
- **Costa, J. (2019).** Esquematismo. Madrid, España, Experimenta Libros.
- **Huizinga, J., & Echeverría, I. E. (2012).** Homo ludens. Alianza. Universitario.
- **Jenkins, H. (2010).** Piratas de textos: Fans, Cultura Participativa y Televisión (Alicia Capel Tatjer, trad.). Barcelona: Paidós.
- **Jenkins, H. (2008).** Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.
- **Juul, J. (2005).** Half-Real: Video games between real rules and fictional worlds. MIT Press.
- **Lévy, P. (1999).** ¿Qué es lo virtual?. Paidós.
- **López, C. (2013).** El videojuego como práctica discursiva contemporánea. Pokémon y la naturalización de la realidad social neoliberal. Tesis doctoral. Barcelona, Departamento de Psicología Social, UAB.
- **Manovich, L. (2005).** El Lenguaje De Los Nuevos Medios De Comunicación/ The Language of New Media: 163. Ediciones Paidós.
- **Mazzeo, C. (2017).** Diseño y sistema Bajo la punta del iceberg. Buenos Aires: Infinito.
- **Bounford, T. (2001).** Diagramas Digitales, cómo diseñar y presentar información gráfica. México: Ediciones G.C.
- **interactius. (2013).** Homo videoludens 2.0: de Pacman a la gamificación. Universitat de Barcelona, Laboratori de Mitjans Interactius.
- **Scolari, C. A. (2017).** Ecología de los medios: Entornos, evoluciones e interpretaciones. Gedisa Mexicana.
- **Scolari, C. A. (2008).** Hipermediaciones : elementos para una teoría de la Comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa.
- **Scolari, C. A. (2013).** Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan. Deusto.
- **VV.AA. (2007).** WORLD DIAGRAM COLLECTION (edición en inglés). Japón: PIE BOOKS.

LINKOGRAFÍA

- **Bosman, F (2018)**. 'Requiescat in Pace'. Initiation and Assassination Rituals in the Assassin's Creed Game Series. Recuperado el 21 de Mayo de 2018, de: https://www.academia.edu/64805315/Requiescat_in_Pace_Initiation_and_Assassination_Rituals_in_the_Assassin_s_Creed_Game_Series
- **Jenkins, H. (2003)**. 'Transmedia storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling', en *Technology Review*, 15 de enero. Consultado en línea desde: <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>
- **Jenkins, H. (2007)**. Transmedia Storytelling 101. Recuperado mediante Wayback Machine, de: <https://web.archive.org/web/20180919132315/http://henryjenkins.org/blog/2013/11/transmedia-101-en-espanol.html>
- **Jenkins, H. (2009)**. The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (Well, Two Actually. Five More on Friday). Recuperado el 12 de Diciembre de 2009, de: http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html
- **Moya, E. (2018)**. Prosumo, Swarming y Transmedia. Hacia un nuevo concepto de Stakeholder. Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes, 16(2), 25-50. <https://doi.org/10.7195/ri14.v16i2.1213>
- **Montoya, D, Vásquez, M, & Salinas, H. (2013)**. Sistemas intertextuales transmedia: exploraciones conceptuales y aproximaciones investigativas. Co-herencia, 10(18). http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-58872013000100005&lng=en&tlng=es.
- **Pereira Henríquez, F, Alonzo Zúñiga, T. (2016)**. Hacia una conceptualización de los videojuegos como discursos multimodales electrónicos. Tesis. Revista ANAGRAMAS, Volumen 15(30), 51-64. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/angr/v15n30/1692-2522-angr-15-30-00051.pdf> Medellín, Colombia: Universidad de Medellín.
- **Rouco, Francisco (2019)**. Cuando son los fans los que traducen los videojuegos y lo hacen por amor al arte. <https://www.xataka.com/videojuegos/cuando-fans-que-traducen-videojuegos-hacen-amor-al-arte>
- **Azzopardi, Ernest (2004)**. https://www.researchgate.net/figure/The-Change-Kaleidoscope_fig1_308749224
- **Severino Ribeca (2012)**, <https://datavizcatalogue.com/ES/index.html>
- **Raposo, Daniel (2016)**. La escala de iconicidad en el ámbito de las marcas gráficas. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/317601067_La_escalade_Iconicidad_en_el_ambito_de_las_marcas_graficas

LUDOGRAFÍA Y FRANQUICIAS

- **League of Legends. (2009)**. Riot Games. Microsoft Windows, macOS.
- **Assassin's Creed. (2007)**. Ubisoft Montreal. PlayStation 3, Xbox 360, Microsoft Windows.
- **World of Warcraft. (2004)**. Blizzard Entertainment. Microsoft Windows, macOS.
- **Wizarding World. (2016)**. J.K. Rowling, Warner Bros. Pictures.
- **Matrix. (1999)**. Lana Wachowski y Lilly Wachowski. Warner Bros. Pictures.

7.1 GLOSARIO

GENERAL DE NARRATIVAS TRANSMEDIA

Canon: el universo narrativo oficial compuesto por todas sus extensiones transmediáticas. Dicho universo está sujeto a unas reglas de coherencia interna por las cuales todos los personajes y escenarios deben presentarse y desarrollarse de la misma manera en cada una de las extensiones en las que aparecen.

Canon Transmedia: El conjunto de eventos, personajes y lugares que son considerados oficialmente parte de la historia principal dentro del universo transmedia.

Coherencia Narrativa: La consistencia en la historia, los personajes y el mundo creado en diferentes medios y plataformas, manteniendo la integridad del universo transmedia.

Contenido generado por usuarios (CGU) / User-generated Content(UGC): producciones textuales a cargo de los receptores que expanden el mundo narrativo oficial o lo comentan a través de paratextos. Los CGU incluyen las producciones de las comunidades de fans pero también obras individuales en todo tipo de soporte y lenguaje. Véase canon.

Convergencia de Medios: La integración de múltiples plataformas de medios y tecnologías para contar una historia cohesiva, donde cada medio contribuye de manera única al desarrollo narrativo.

Cross-platform: producción que abarca varios medios, sus componentes no necesariamente están unidos por un hilo narrativo.

Cross-subsidies: modelo de negocio en el que se da algo gratis para obtener un pago por otra cosa vinculada a la primera. Por ejemplo, se regala un CD con las canciones de un artista para promocionar su gira de conciertos y así aumentar la venta de entradas.

Crossover: obra en la que se mezclan personajes pertenecientes a dos o más mundos narrativos para crear una historia unificada original. Por ejemplo, los cómics de The Avengers de la editorial Marvel o Alien vs Predator de Dark Horse.

Extensiones Narrativas: Elementos adicionales o complementarios creados para expandir la historia principal, como spin-offs, precuelas, secuelas, contenido digital exclusivo, entre otros.

Falso avance (re-cut trailer, fake trailer): vídeo remezclado que anuncia una obra audiovisual que no existe o cambia el sentido de otra conocida haciendo modificaciones de género o argumento. Por ejemplo, es famoso el re-cut trailer en clave de comedia de The Shining (Stanley Kubrick, 1980), y el de la secuela de Titanic (James Cameron, 1997) en la que el personaje de Jack Dawson es descongelado un siglo después del naufragio del transatlántico

Fan art: pieza artística realizada por un fan inspirándose en obras existentes de la cultura de masas. Los fan arts abarcan desde pinturas y dibujos a mano hasta montajes con editores gráficos a partir de fotografías o capturas de pantalla de una obra audiovisual.

Fan fiction (fanfic, fic): texto escrito por un fan o varios, generalmente en prosa, cuya extensión comprende desde el texto breve hasta la novela por entregas y donde se recrea un universo narrativo creado por una tercera parte. A raíz de la irrupción de las redes sociales, las narraciones nacidas y desarrolladas en estas plataformas también se consideran fan-fiction. Por ejemplo, los perfiles que los fans crean en Facebook o Twitter de sus personajes preferidos para que interactúen entre sí como si fueran usuarios reales dueños de las cuentas.

Fandom: una comunidad o grupo de fans en concreto (por ejemplo, el fandom de Harry Potter) o, en su acepción más amplia, la base de fans en general y toda su producción textual. Se pueden distinguir fandoms según el medio (book fandom, libros; media fandom, televisión, etc.), el lenguaje (music fandom, música; anime fandom, animación japonesa; manga fandom, cómic japonés, etc.) o el género (soap opera fandom, telenovela; science fiction fandom, ciencia ficción). Véase bottom-up y contenido generado por usuarios.

Fan vid (vid): pieza audiovisual que, en sus formas más extendidas presenta: montaje de música y escenas pertenecientes a una o varias producciones televisivas, cinematográficas o digitales. un montaje a partir de imágenes realizadas por el fan que guarden relación con esas producciones (por ejemplo, vídeos paródicos en stop-motion, o recreaciones animadas). En general, también se puede considerar el fan vid como un macrogénero de piezas audiovisuales en el que tienen cabida una variedad de subtipos más específicos como el mashup, las sincronizaciones y los recaps. Véase machinima, mashup, recap, synchro, falso avance, falso opening.

Fanzine: revista no profesional editada por fans para fans de un determinado tema (ciencia ficción, música rock, etc.) con un coste gratuito o simbólico destinado a sufragar los gastos de producción. Actualmente los fanzines (un compuesto de las palabras fan y magazine, revista) impresos, de factura casi artesanal, viven un progresivo descenso, ya sea porque desaparecen, o porque adoptan la forma de eZines (revistas distribuidas exclusivamente en línea), o se convierten directamente en webs o blogs.

Final alternativo: se trata de una producción por lo general audiovisual que contiene una conclusión alternativa a la propuesta por los guionistas de una obra. La elaboración de estos finales alternativos, en la mayoría de las ocasiones, está provocada por el descontento del fan con el resultado final (Ejemplo el final de la serie Game of Thrones). Sin embargo, las productoras también han optado por difundir sus propios finales alternativos de sus series o películas (en realidad, son descartes de la propia producción una vez elegido el final que se va a emitir). Por ejemplo, la cadena ABC difundió varios finales alternativos cuando terminó la cuarta temporada de Lost.

Franquicia Transmedia: Conjunto de productos (como películas, series, libros, cómics, videojuegos, etc.) que se desarrollan dentro de un universo narrativo común y se entrelazan entre sí para contar una historia más amplia y profunda.

Instancia Narrativa: Cada producto individual dentro de una franquicia transmedia, como una película, libro, juego, serie de televisión, cómic, etc.

Interactividad: La capacidad del espectador/usuario para participar activamente en la narrativa transmedia, ya sea tomando decisiones que afectan la historia, explorando contenido adicional o interactuando con otros usuarios.

Making-of (Cómo se hizo): obra de tipo documental en el cual se explica el proceso de producción de un programa, una película, un videojuego o una página web.

Mod (modification): extensión que, como su nombre indica, modifica las características de un videojuego original añadiendo nuevos personajes, diálogos, objetos o escenarios. Ejemplo de contenido generado por usuarios, los mods son creados por fans-jugadores llamados modders.

Product placement (emplazamiento publicitario): técnica publicitaria que consiste en situar un producto o marca dentro del contexto de una Producción cinematográfica, televisiva o digital. El producto o marca puede aparecer de forma física (como parte del decorado o como objeto utilizado por uno de los protagonistas) o citado en el guión.

Narrativa Transmedia: Es un enfoque narrativo en el que una historia se desarrolla a través de múltiples plataformas de medios y canales de comunicación, cada uno contribuyendo de manera única a la experiencia global del espectador/usuario.

Participación del Consumidor: La implicación activa de los espectadores/usuarios en la creación, distribución y discusión del contenido transmedia, a menudo a través de redes sociales, foros en línea, eventos de fans, etc.

Prosumidor: concepto introducido por el futurólogo Alvin Toffler en 1980 para describir la unión entre las funciones tradicionales del productor y del consumidor. Véase contenido generado por usuarios.

Publicidad (advertising): modelo de negocio clásico de los medios masivos que consiste en la venta de audiencias a las empresas a cambio de ofrecer contenidos gratis.

Remake: nueva versión de una obra audiovisual anterior en la que se reproducen de forma total o parcial el argumento, personajes o escenario de la producción original.

Skin (tema): serie de motivos gráficos que, aplicados a la interfaz gráfica de usuario de un software o videojuego, cambian su apariencia externa y permiten la personalización del entorno interactivo.

Sneak peeks: extractos de pocos minutos de duración de una escena o secuencia perteneciente a una obra audiovisual. En el caso de la televisión, las cadenas suelen filtrar este tipo de contenido a la red en la semana que transcurre entre la emisión de un episodio o programa y el siguiente. En el caso del cine, la difusión se realiza antes de la fecha del estreno para alimentar las expectativas de las audiencias

Spoiler: información relativa a los acontecimientos que ocurrirán en futuras emisiones de un programa de televisión, y por lo tanto, desconocida para la mayoría del público. Los spoilers conllevan dos efectos, uno positivo y otro negativo, depen-

diendo del objetivo que persigue al productor del programa. En primer lugar, estas informaciones implican el riesgo de que, si se conoce su contenido, puedan anular el efecto sorpresa del programa en el público (de ahí su nombre, en inglés to spoil, destripar, estropear) y, en segundo lugar, generan expectativas sobre lo que se podrá ver en las próximas emisiones, de modo que se refuerzan las acciones publicitarias oficiales. En este sentido, el contenido de los avances y de los sneak peeks se considera spoiler, ya que estas piezas se lanzan para animar al público potencial a ver y comentar la obra. Véase spoiling.

Spoiling: es el proceso activo de descubrir informaciones aún no emitidas llevado a cabo por las comunidades de fans. La difusión de estas informaciones (muchas veces simples rumores) en Internet puede brindar gran visibilidad al mundo narrativo. Véase spoiler.

