

¿Cuándo es transmedia?: discusiones sobre lo transmedia(l) de las narrativas

When is transmedia?: discussions on the transmedia(l) of the narratives

José Manuel Corona Rodríguez

Profesor de Comunicación Pública y Periodismo
(Universidad de Guadalajara - México)

Fecha de recepción: 7 de octubre de 2015

Fecha de revisión: 5 de enero de 2016

Para citar este artículo: Corona Rodríguez, J. M. (2016): ¿Cuándo es transmedia?: discusiones sobre lo transmedia(l) de las narrativas, *Icono 14*, volumen (14), pp. 30-48. doi: 10.7195/ri14.v14i1.919

Resumen

Vivimos actualmente una época que se puede entender en términos de procesos de comunicación, en donde las redes mundiales de comunicación participan de manera importante en el consumo y generación de cultura de imágenes e ideas a partir de las cuales la población conforma algunos de sus referentes más significativos. Este texto tiene como objetivo principal reflexionar y discutir el término narrativas transmedia. Se hace un repaso a la historia del concepto y se distingue de otros similares. Se propone una caracterización teórica basada en cuándo un producto cultural puede ser considerado transmediático y cuándo no. Se realiza una revisión a las principales aportaciones teóricas que hacen evidente este concepto. Preguntarse cuándo es transmedia y no qué, implica que el análisis asuma una dimensión histórica-evolutiva de los relatos y observe las maneras en que se incorporan en los procesos de significación por parte de las audiencias.

Palabras clave

Narrativas - Transmedia - Crossmedia - Transmedial - Terminología - Transmediación

Abstract

Currently we live in a time that can be understood in terms of communication processes, where the global communication networks involved significantly in consumption and generation of culture images and ideas from which the population makes up some of their referents more significant. This text has as main objective to reflect and discuss the notion of transmedia storytelling . Review the history of the concept is made and is distinguished from other similar. A characterization of when a cultural product can be considered transmedia and when not. A review is conducted at the main theoretical contributions that make this concept clear. Wonder when is transmedia and not what, implies that the analysis assumes a historical - evolutionary dimension of the stories and see the ways that are incorporated into the processes of meaning by the audience.

Key Words

Narratives - Transmedia - Crossmedia - Transmedial - Terminology - Transmediation

1. Introducción

Los medios de comunicación se han constituido a lo largo de los años como una esfera social a la par de la política o la economía, con autonomía capaz de influir en los procesos de interacción a nivel social: si entendemos estas influencias en términos de una mediatización, es posible hablar de una reconfiguración de las prácticas sociales, las interacciones y la vida cotidiana en general (Lundby, 2009; Livingstone, 2009).

Dado el momento que vivimos, es importante reconocer que los medios de comunicación han tenido especial participación e injerencia en la conformación de las sociedades modernas, recreando la transmisión cultural de formas simbólicas al definir la producción e intercambio de información entre individuos y estableciendo nuevas experiencias de interacción entre ellos, las dimensiones sociales y tecnológicas (Thompson, 1990).

Creemos que un punto de partida interesante y viable para entender el escenario lo representa el concepto de mediatización, que se define como un proceso de doble sentido dentro de la modernidad donde los medios de comunicación, se instalan como instituciones con lógica propia y que se integran a otras instituciones a través de procesos masivos e interactivos (Hjarvard, 2008).

Vivimos actualmente una época que se puede entender en términos de procesos de comunicación, en donde las redes mundiales de comunicación participan de manera importante en el consumo y generación de cultura de imágenes e ideas a partir de las cuales la población conforma algunos de sus referentes más significativos. Esta cultura de la visualidad como se podría llamar también a la sociedad mediatizada y de consumo en la que vivimos, es el marco cultural del que son parte los sujetos que se colocan como audiencias empoderadas (al menos como posibilidad), alentando una cultura de la participación que exige repensar las formas tradicionales en que han operado los medios de comunicación de masas.

La investigación y reflexión social debe incluir las interrelaciones entre la participación y el consumo, la cultura audiovisual-mediática de los afectos y lo lúdico, escenarios desde donde se conforma y se puede analizar a los sujetos que son audiencias. En este escenario, durante los últimos años ha tomado mucha fuerza el concepto de *narrativas transmedia* que designa un tipo de relato que posee propiedades aparentemente novedosas, que se pueden observar en el ecosistema de medios actual.

Sobre las narrativas transmedia existe gran diversidad de aproximaciones que invitan a pensar el concepto desde múltiples aristas y posibilidades teóricas y metodológicas. Una buena parte del objetivo de este texto es poner a discusión esas conversaciones que están presentes en el campo de la comunicación sobre las narrativas transmedia. Utilizando la metáfora de Scolari (2008), estas *conversaciones*, aunque por momentos parecen desbordar los significados, son útiles para la investigación sobre el tema en cuestión, en la medida en que sirven para dibujar un mapa del *territorio conversacional* que existe sobre la lógica transmedia de la que tanto se habla en la actualidad (Scolari, 2013).

Los receptores y las audiencias de la era digital cuentan con mayores herramientas para apropiarse, cuestionar, discutir o negociar los mensajes expuestos por los medios. Razón por la cual es mucho más común encontrar páginas web y blogs (entre otras posibilidades comunicativas) dedicados a reflexionar el contenido de series de ficción o películas, y en donde ocurren intercambios entre usuarios para interpretar los contenidos expuestos por los medios masivos, e incluso modificar los relatos originales a través de creaciones propias (Jenkins, 2008).

Estos espacios virtuales que internet ha otorgado para la creación de comunidades de interpretación y re-apropiación nos hace pensar que las audiencias son incluso más activas ahora con la facilidad que existe para exponer nuestros comentarios y tejer redes sociales sin importar la distancia física y geográfica (Orozco, 2007). De tal manera que se ha vuelto muy importante reflexionar sobre las nuevas (y distintas) formas en que se producen y consumen los relatos, historias y narrativas en los más diversos entornos comunicativos.

¿Cuándo es Transmedia?. Propuesta de una conceptualización centrada en las *funciones* y no (solo) en las *características*.

En el artículo “¿Cuándo es el arte?” de Nelson Goodman publicado en 1997 el autor ofrece una aportación significativa sobre el estatuto del arte, invita a mirar el arte (en su conceptualización) no por sus *características* sino por sus *funciones*. Las discusiones e intentos por definir ¿qué es el arte?, han ocupado a filósofos y pensadores durante mucho tiempo como para saber que esa pregunta no tiene una respuesta única e inequívoca (1997). Goodman propone que se modifique la pregunta, repensando el problema terminológico centrándose en las circunstancias particulares que hacen que un objeto sea considerado obra de arte. Mover el foco de las *características* a las *funciones* implica reconocer que los objetos posean más de un significado según el momento y circunstancia en que ocurre la significación.

Preguntarse *cuándo* es el arte, a diferencia de *qué* es el arte, permite asumir, como lo afirma Goodman, que “un objeto puede funcionar como símbolo en determinados momentos y circunstancias, pero no en otros... la piedra en la carretera no es una obra de arte mientras está en la autopista, porque allí no cumple función simbólica alguna, pero en el museo se le dota de significados y su función simbólica cambia” (1997:13).

Como en el arte (y su dificultad para definir su estatuto), los relatos y narrativas que están a disposición de las audiencias pueden ser considerados transmediales (o no) según la función que cumplan en cierto momento. En otras palabras diríamos que tal producto comunicativo u obra audiovisual puede ser considerada transmedial, según el momento o fase de desarrollo (y por añadidura, de significación) en la que se encuentre. Lo anterior constituye la hipótesis central que se elabora y se defiende en este trabajo.

Con la finalidad de ordenar el conglomerado de términos y conceptos que circulan entorno del tema de las narrativas transmedia resulta posible preguntarnos: ¿cuándo es transmedia? y ¿cuándo una narrativa que cumple ciertas funciones puede ser considerada como transmedial? Preguntarse por la función y no por las características mueve el foco a los momentos y procesos, y permite entender los

productos transmediales en términos de obras en constante cambio y que continuamente son resignificados e intervenidos (Davidson, 2010).

Según Henry Jenkins (2003) son dos los momentos elementales que hacen que un relato pueda ser considerado transmedial. El primero, es cuando hay *expansión*, que implica que fragmentos diferentes de una misma narrativa se cuenten a través de dos o más medios, formatos o textualidades. El segundo, es cuando hay *participación* de las audiencias, las cuales pueden intervenir, modificar o resignificar por lo menos alguna porción de los contenidos propuestos por el productor seminal reelaborándolos, redistribuyéndolos y agregando elementos novedosos a la narrativa.

Bajo esta lógica, diríamos que una narrativa es transmedia *cuando* existe en ella expansión y participación. Según si la expansión narrativa es planeada se considerada estratégica, o si se expande como resultado de los *inputs* del entorno, (naturales en la época caracterizada por la mediatización) se asume como táctica. La función táctica o estratégica determina en buena medida la utilización de diversidad de textualidades y medios para la expansión y para la participación (Scolari, 2009).

Son varios los autores (García Sanz, 2014; Limia Fernández, 2014; LLosá Sansz, 2014) que afirman que como resultado de sus investigaciones es pertinente acercarse a las narrativas transmedia desde la oposición táctica-estrategia. De esto modo se haría evidente el momento o fase en que una narrativa transmedia puede ser considerada como tal. Por lo que se apuesta, en esta propuesta conceptual que aquí proponemos, es que para comprender los fenómenos transmediales es muy importante considerar la manera en que se ha planeado y desarrollado la narrativa. En este sentido, la táctica y la estrategia sirven como dimensiones desde la cuales los productores y audiencias pueden actuar sobre las narrativas.

La pregunta, ¿cuándo es transmedia? funciona como una posibilidad analítica que se incorpora en el marco de las discusiones y conversaciones teóricas sobre la naturaleza de las narrativas transmedia y sus posibilidades. Esta analogía basada en las propuestas de Goodman para pensar el arte, sirve para reducir la vaguedad conceptual y focalizar la mirada en los procesos continuos que ocurren en los

nuevos escenarios de la comunicación, especialmente en el entorno que dibuja internet y sus lógicas.

Esto supone recuperar la mirada (y atender a la invitación que hace varias décadas hizo) de Martín-Barbero (1987) en términos de hacer transitar el objeto de la comunicación de los meros efectos a los procesos, lo que supone un eco vital y permanente de una de las ideas más poderosas (y actuales) que este pensador nos ha legado: “pasar de los medios a las mediaciones”, lo que implica no solamente analizar los contenidos sino ver qué hace la gente con lo que ve. Creemos en este trabajo que cuando se habla de narrativas transmedia es sumamente importante dar cuenta de los fenómenos comunicativos desde una mirada más amplia y cultural, es decir, ir más allá de las meras disposiciones tecnológicas y mediáticas novedosas para ganar en una comprensión mucho más centrada en las personas y en sus vínculos afectivos, y racionales que detonan la participación.

Recuperar la historia: diversidad de significados.

En los últimos años se han usado una buena cantidad de conceptos que intentan describir y caracterizar el fenómeno transmedia, lo cual ha dado como resultado una galaxia terminológica que dificulta la orientación en el campo. Cuando se habla de transmedia se corre el riesgo de estar hablando de diferentes significados según la disciplina, el enfoque, el momento histórico o la metodología desde la que se mire (Mora, 2014).

Henry Jenkins habló por primera vez del concepto narrativas transmedia en 2003 (en “Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling”), pero ya antes otros autores habían reflexionado sobre la transmedialidad varios años antes¹. Antes de Jenkins otros investigadores reflexionaron las lógicas transmedia en otros escenarios y bajo objetivos diferentes. ¿Qué hizo que la aportación de Jenkins cobrara a lo largo de los años gran popularidad y aceptación?

Creemos que hay por lo menos tres razones, la primera es que (a diferencia de los otros investigadores), Jenkins siguió trabajando, investigando y escribiendo

sobre y a partir de narrativas transmedia. Segundo, focalizó su investigación en el contenido generado por los usuarios y la dimensión participativa de las narrativas y ofreció una conceptualización particularmente pertinente para describir los fenómenos comunicativos que hemos presenciado en los últimos años como la Convergencia Cultural (Jenkins, 2006) y la Cultura de la Participación (Jenkins, 2009). Y tercero, lo que hizo verdaderamente relevante la aportación de Jenkins fue, que sus conceptos lograron salir de los círculos académicos y alcanzar visibilidad en los ambientes no académicos. Por ejemplo, logró en 2010 que el concepto *Transmedia Producer* fuera incorporado por la industria cinematográfica de Hollywood².

Según Denis Renó (2013) el término *narrativas transmedia* surgió por inspiración de los conceptos de *dialogismo* y *polifonía* de Mikail Bakhtin, y su primer uso específico se le debe atribuir a Stuart Sanders Smith en 1975, quien afirmó que al unir fragmentos musicales de ritmos e instrumentos se daría como resultado un tipo de *transmedia music* capaz de alcanzar mejor aceptación en las audiencias. Otro uso de la noción estuvo a cargo de Marsha Kinder (1991) quien propuso el término *intertextualidad transmedia* para designar un tipo de relación profunda entre textos aparentemente desconectados. La aportación de Kinder ha sido considerada como la antecesora más directa del significado que Henry Jenkins propondría algunos años más tarde. Sobre estas aportaciones previas al concepto propuesto por Jenkins hay referencias muy escasas (D. Renó, 2011; Campalans, Renó, & Gosciola, 2012).

Una de las primeras observaciones que se pueden realizar cuando se investiga sobre narrativas transmedia, es que existe una gran cantidad de conceptos que describen algún momento del proceso transmedial o que en alguna medida se refieren a él. Conceptos como: *crossmedia*, *multiplataformas*, *medios híbridos*, *bienes intertextuales*, *mundos transmediales*, *interacciones transmediales*, *multimodalidad* y *transficcionalidad* se encuentran orbitando en la misma galaxia semántica (Ibrus & Ojamaa, 2014). Más allá de preguntarse por el significado y uso de cada uno de estos conceptos nos interesa hacer notar que existen y se usan en los círculos académicos más diversos.

Sobre el concepto narrativas transmedia se ha escrito desde la sociología, periodismo, semiótica, teoría del cine, filosofía y la comunicación (Mora, 2014). Si

además de lo anterior consideramos que la conceptualización que nos ocupa se ha aplicado sin mucho reparo a una buena cantidad de fenómenos y productos, que van desde la literatura, al cine, al teatro, pasando por la televisión, al periodismo, a la publicidad, la complejidad crece todavía más (Belsunces, 2011).

Han existido intentos notables como el realizado por Cristy Dena quien en el afán de convocar cierto orden en los conceptos similares presenta el término *práctica transmedia*, para agrupar algunos de los términos que han circulado en el universo conceptual del tema. Desde *narrativas distributivas*, *gamificación ubicua*, *ambientes narrativos en Red*, hasta *superficciones*, todos son esfuerzos por describir múltiples fenómenos comunicativos que han ocurrido en los últimos años en donde el foco de atención se centra en la manera en que los usuarios acceden, consumen y participan de las narrativas (Dena, 2009). Las prácticas transmedia serían todas estas posibilidades en las que existen grados de expansión en el relato inicial, interactividad, y una lógica transmedial integrada en la producción.

Sobre la diversidad de conceptos y terminología que existe en relación al transmedia se ha discutido ampliamente en la academia (Mora: 2014). Una buena parte del caos conceptual que existe en torno de la transmedialidad se debe a los creadores y productores de narrativas transmedia que utilizan una amplia diversidad de conceptos para definir sus producciones. Tomemos por ejemplo, el caso de *crossmedia*, que es el término que más comúnmente se utiliza de forma sinónima a transmedia (Simons, 2014).

Algunos autores como Davidson (2010) sugieren que *crossmedia* y narrativa transmedia pueden ser conceptos sinónimos, pero su argumentación para sostener esta idea se basa en la forma indefinida en que algunos productores y creadores del sector audiovisual usan estos conceptos. Nosotros creemos que el *crossmedia* y narrativa transmedia no pueden pasar por conceptos sinónimos. Las diferencias son sutiles pero muy importantes, *crossmedia* se refiere a una repetición del mismo mensaje, adaptada para distintos medios, mientras narrativa transmedia consiste en producir mensajes distintos para diferentes medios (Renó, 2013). Además, en las narrativas transmedia, como lo sugiere Jenkins (2006), resulta igualmente importante la capacidad de un relato para expandirse a través de diferentes medios,

como la posibilidad de ser intervenido como resultado de la participación de las audiencias.

En un sentido muy básico, las narrativas transmedia "...son historias contadas a lo largo de varios medios. Las historias más significativas tienden a fluir entre una diversidad amplia de medios y plataformas de comunicación" (Scolari, 2013:53). En el caso ideal las narrativas transmedia ocurren *cuando*:

"Cada medio hace lo que mejor sabe hacer, una historia puede ser introducida en una película, expandida en la televisión, en libros, y comics, y tal vez explorar experiencias interactivas en videojuegos. Cada medio sirve como puerta de entrada al mundo narrativo y no se necesita conocer la totalidad para comprender las partes" (Jenkins, 2003: 4).

Entonces, recapitulando, una estructura narrativa transmedia se puede considerar como tal cuando están presentes diferentes lenguajes (verbal, audiovisual, icónico, etc.) y diferentes medios de comunicación (cine, comics, televisión, etc.), lo cual significa que esto no es una adaptación de un medio a otro, sino que la narrativa se puede ver como un todo que se cuenta a partir de diferentes medios y lenguajes (Scolari, 2013).

El trabajo más significativo anterior a Jenkins fue el de Marsha Kinder quien se encargó de analizar las series de dibujos animados más populares de la primera mitad de la década de los noventa, centrando su análisis en el marketing de productos de entretenimiento, planteando la existencia de un *supersistema comercial de intertextualidad transmedia* (Kinder, 1991:41). Estas investigaciones que condujo Kinder le permitieron diferenciar las nociones de intertextualidad y transmedialidad. Sobre la primera, observó cómo las historias ya tenían elementos intertextuales como en el caso de la serie animada "Las tortugas ninja mutantes adolescentes", que en el nombre de sus personajes establecían una conexión con artistas del renacimiento: Donatello, Miguel Ángel, Rafael y Leonardo. Para Kinder el concepto de intertextualidad era interpretado en relación a las aportaciones de John Fiske, quien afirmaba que "cualquier texto es necesariamente leído en relación con otros textos" (Fiske citado en Kinder, 1991:46).

Por otro lado, el concepto sobre transmedia que propone Kinder se basa en la posibilidad de transitar la narración por diferentes medios, como videojuegos, películas, televisión, entre otros. En este sentido, una de las conclusiones que se observan en su trabajo es que la creación de sistemas de intertextualidad transmedia “facilitan no solo la comprensión y el recuerdo de las historias, sino también el desarrollo de esquemas complejos de historias que se diferencian en los conflictos, personajes y modos de producción de la imagen” (Kinder, 1991:59). Las propuestas que de aquí se desprenden no se pueden ignorar dado que están basadas en una amplia tradición semiótica y narratológica lo que les otorga una irrefutable validez y utilidad en los esfuerzos por comprender las narrativas y las maneras en que se consumen y construyen (Montoya, Vásquez Arias, & Salinas Arboleda, 2013).

Otros investigadores como Jeff Gómez han propuesto características que hacen que una narrativa transmedia pueda ser considerada como tal. Son ocho los principios que hacen de un producto una narrativa transmedia: el primero se refiere a que el contenido siempre es creado por uno o varios *visionarios*³, el segundo indica que como resultado de una planeación el relato se expandirá a través de una variedad de medios, el tercero se refiere a que los contenidos siempre se distribuirán en tres o más medios, el cuarto advierte lo único del contenido y la fortaleza de cada medio para contar una parte del relato, el quinto principio señala la necesidad de que todo el contenido esté basado en una sola versión del mundo narrativo, el sexto principio se refiere a que todos los esfuerzos deben estar concertados en pro de que la historia no tenga fracturas, el séptimo indica que el esfuerzo de la empresa productora debe ser vertical, a través terceros y licenciarios, el octavo principio se refiere a la necesidad de incorporar elementos que posibiliten un tipo de audiencia participativa, a través de redes sociales, sitios web, etc⁴.

Creemos que a esta propuesta hay poco que contradecirle, a excepción de entender estas características como algo dado, y no como *posibilidades* que se concretan o actualizan según el momento o circunstancia de cada narrativa (en donde la participación de los fans es muy importante). Hay que entender que Gómez en su papel de *transmedia producer* piensa la transmedialidad en términos de una

estrategia planeada y definida, lo cual haría que en muchos de los casos que se planea un relato transmedial se logre conseguir audiencia específica y resultados esperados, lo cual desde luego no siempre ocurre.

Por su parte, Jenkins delineó algunos elementos que caracterizan a un relato como transmedial. Describió estos aspectos a partir de ciertas contradicciones alrededor de los productores y receptores, tenemos la oposición entre la Expansión (*Spreadability*) y la Profundidad (*Drillability*), como procesos que amplían la narrativa canon; la Continuidad (*Continuity*), en la que todas las narraciones que se amplían a otros discursos y plataformas procuran mantener cierta coherencia con la narrativa original, contra la Multiplicidad (*Multiplicity*), que posibilita la producción desde muchos tipos de usuarios; la Inmersión (*Immersion*) que tiene que ver con el grado de penetración del receptor con el contenido, contra la Extractabilidad (*Extractability*), que consiste en tomar cosas de la ficción para aplicarlas a la vida real (Jenkins, 2006). Aquí observamos tensión constante entre los contenidos que se proponen desde los productores y las formas de recepción y la posterior intervención por parte de los prosumidores que muchas veces se alejan de las características del relato canónico.

Como era de esperarse a lo largo de los años, Jenkins ha recibido críticas a su propuesta, y en un afán de dar salida a posibles mal interpretaciones ha recopilado las más recurrentes en forma de siete mitos (o falsedades) sobre las narrativas transmedia con el objetivo de dar claridad a sus ideas. El primer mito indica que las narrativas transmedia puede ser cualquier estrategia que involucre más de un medio o plataforma. El segundo mito reduce las narrativas transmedia a una nueva forma de estrategia promocional. El tercer mito es aquel que considera de forma sinónima a la lógica transmedia y al desarrollo de videojuegos. El cuarto se refiere a que las narrativas transmedia son exclusivas de los *geeks*. El quinto mito estipula que para producir contenidos transmedia se necesita un amplio presupuesto. El sexto mito, se refiere a que todo tipo de producción debería ser puesta en la lógica transmedia para tener más éxito y alcance en las audiencias. El séptimo mito indica que la lógica transmedia es algo tan nuevo que se puede hacer con mucha facilidad y garantizar el éxito de una narrativa⁵.

Como ya antes se advirtió, las aportaciones que han permanecido, si bien no como exclusivas, en las conversaciones sobre la transmediación y sus posibilidades, le otorgan a Henry Jenkins cierto estatus sobre otros investigadores y perspectivas. Creemos que existe aún mucho por investigar en la manera en que se usan los conceptos y lo que significan según cada contexto.

¿TRANSMEDIA, TRANSMEDIAL, TRANSMEDIACIÓN?

Proponemos a continuación un breve análisis del significado, y de la manera en que se usan las palabras transmedia, transmedial y transmediación. Esto con la finalidad de hacer notar que a pesar de la evidente amplitud de conceptos que circulan existe la necesidad de distinguir su uso y alcance.

Siendo “transmedia” una palabra propia de la lengua inglesa es importante considerar que su uso en español representa un neologismo (barbarismo, de hecho, si consideramos que no está incorporada al diccionario de la RAE) que muchas veces se emplea sin hacer las distinciones necesarias según su contexto o la manera en que se acompaña de otras palabras. Para los hispanohablantes, las traducciones han conservado (acertadamente) el concepto como tal, lo cual implica que debemos recordar que estamos hablando de una palabra que posee un significado en otro idioma.

La palabra “transmedia” está compuesta del prefijo latino “trans-” que según la Real Academia Española tiene tres acepciones. La primera sugiere un cambio, como en “transformar”. La segunda indica que algo va a través de, como en “transmitir” o “transatlántico”. La tercera se refiere a que algo va más allá o del otro lado, como en “transpirenaico” o “transparente”. En este sentido creemos que las tres acepciones denotan en algún grado cierto momento del cuándo un producto o contenido puede ser considerado transmedial.

La segunda parte de la palabra, “media”, es un vocablo que designa lo que en español conocemos como: medios de comunicación. En este sentido, el término “transmedia” es una palabra que funciona como adjetivo especialmente cuando se utiliza en el concepto compuesto: “narrativa transmedia” (*transmedia storytelling*)

propuesto por Jenkins (2003); de esta forma podríamos decir entonces que la palabra “transmedia” define la forma que tiene el sustantivo que la acompaña, en este caso narrativa.

Aunque para los lectores más avezados, lo anterior puede resultar obvio, creemos que puede abonar a las aclaraciones sobre el uso de las palabras derivadas del concepto “transmedia”, y también a moderar el uso indiscriminado de las mismas o su elección arbitraria como sinónimos en situaciones en que el sentido debería marcar una diferencia, especialmente en los casos de las variaciones; transmediación y transmedial. En español, las palabras derivadas que se forman con sufijos, definen su significado y, en la mayoría de las ocasiones, su sentido, según reglas especiales y particulares, esto no debería pasarse por alto en la forma en que utilizamos los conceptos.

El sufijo -al, se utiliza para formar sustantivos que expresan abundancia (lodo-lodazal) o adjetivos que expresan pertenencia o relación (comunicación-comunicacional). En el caso del término transmedia, evidentemente estamos ante una palabra que adjetiva e indica relación, pero cabría analizar si en verdad el sentido en su uso indica lo que se expresa. Por otro lado, la palabra transmediación, destacaremos que es, evidentemente, un sustantivo abstracto. El sufijo latino -ción forma sustantivos a partir de verbos (en este caso: transmediar) y designa la acción del verbo y el efecto de dicha acción: la transmediación es el efecto resultante de *transmediar* o realizar una acción bajo los criterios que califiquen como transmedia.

En la literatura sobre el tema existen autores que proponen diferentes formas de utilización de la palabra, lo cual genera que se use muchas ocasiones en un sentido contrario al propuesto originalmente por Jenkins (2003). En 2009 Dena realizó un análisis al campo semántico e intentó diferenciar los términos transmedia, transmedial y transmediación. Propone que si bien estos conceptos están conectados entre sí, resulta mucho más preciso distinguirlos a partir de la función que cumplen (esfuerzo que además sirve como referencia directa a la propuesta de este texto de considerar las narrativas transmedia en términos de sus funciones).

En su trabajo, esta investigadora ha propuesto que el término transmedia, se relacione exclusivamente a lo que ocurre en las narrativas ficcionales. El término transmedial, a las posibilidades de un mismo relato para representarse en más de un medio. Y a la transmediación, como la fase/acción que designa un *hacer* por parte de productores y usuarios (Dena, 2009).

A MODO DE CONCLUSIÓN: POR UNA ARQUEOLOGÍA TRANSMEDIA

Una muestra de la complejidad del concepto de narrativas transmedia queda evidenciada en las más recientes investigaciones que sugieren la posibilidad de que las narrativas transmedia no sean una invención (o exclusivas) del siglo XXI. Se sugiere que en los últimos siglos los relatos expandidos han circulado entre diferentes tipos de medios. Ya desde hace varios siglos existieron los llamados prosumidores, (o en este caso proto-prosumidores) quienes contribuyeron con diversas aportaciones a la expansión de los relatos (Bertetti, 2014).

Uno de los trabajos de investigación que examina esta dimensión de las narrativas transmedia, es el que ha realizado Scolari sobre la historia escrita por Miguel de Cervantes Saavedra, *El Ingenioso Hidalgo Don Quijote de la Mancha*, el cual puede ser considerado un relato transmedial en tanto hubo expansión y participación en su desarrollo. La investigación de Scolari, se centra en las Aucas o Aleluyas, un tipo de producción visual similar al comic actual que tenía la finalidad de llevar la historia a la población analfabeta de la época. Una buena cantidad de personas conocieron a Don Quijote de la Mancha y su fiel Sancho Panza por las ilustraciones hechas por los artesanos y pintores de épocas posteriores (Scolari, 2014).

La idea de que las narrativas transmedia no son algo nuevo viene a confirmar los mitos o mal interpretaciones que Jenkins advirtió algunos años atrás, sobre la manera de conceptualizar la lógica transmedial⁶. Otros trabajos que analizan esta dimensión histórica de las narrativas son los elaborados por Paolo Bertetti sobre la historia de *Conan el Bárbaro*, y Matthew Freeman que investiga la génesis de *Superman* y su expansión en diferentes medios (Scolari, Bertetti & Freeman, 2014). Estos casos indican que si bien el escenario de los últimos años ha permitido que

las narrativas transmedia puedan florecer, este fenómeno no es exclusivo de la etapa interactiva y digital de la comunicación, ni siquiera de la época de la aparición de los medios de masas.

Si aceptamos la idea de que existe una arqueología de las narrativas transmedia damos por hecho que esta variación del concepto nos permite trabajar sobre las dos ideas centrales que aquí hemos postulado. La primera es hacer evidente que el universo semántico sobre la transmedialidad es complejo y seguirá creciendo en la medida en que se investigan otras narrativas y producciones (de la actualidad y del pasado), y se incorporen con mayor fuerza a los análisis los contenidos generados por los usuarios. Y la segunda, es que la pregunta que nos deberíamos formular para organizar esa diversidad es: ¿cuándo es transmedia?

Tomemos por ejemplo (con la finalidad de hacer evidente el sentido evolutivo del *cuándo* en comparación del *qué*) una historia ficcional objeto de múltiples premios y altos niveles de audiencia en muchos países del mundo. En el año 2003 cuando los productores de *The Walking Dead*, el comic lanzado en Estados Unidos por Robert Kirkman y Tony Moore, lanzaron esta producción no sabían que su historia habría de expandirse a una serie de televisión producida desde 2010 y hasta la actualidad, y que más tarde en 2015 se lanzaría una nueva expansión para televisión de la popular serie. En este caso, la narrativa obtuvo su caracterización transmedia cuando logró llegar a otras formas discursivas diferentes de las originales y propició en muchos prosumidores el deseo de participar creando historias o personajes alternativos⁷. Diríamos en otras palabras que *hizo efectiva su posibilidad transmediática a partir de la participación y consumo de las audiencias*.

Preguntarse *cuándo* es transmedia y no *qué*, implica que el análisis asuma una dimensión histórico-evolutiva de los relatos y observe las maneras en que se incorporan en los procesos de significación por parte de las audiencias. Creemos que poner la mirada en el *cuándo*, supone un esfuerzo que asuma cabalmente lo que investigadores como Jenkins (2006) y Scolari (2010) han sugerido: de las narrativas se puede saber dónde comienzan pero nunca en dónde terminan.

Notas

- [1] En 2009 en una entrada de su blog personal, Henry Jenkins sugirió que no había sido él quien creó el término. Blog personal de Henry Jenkins. Entrada específica: http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html Consultado el 30-10-2014.
- [2] En una entrada de su blog personal titulada “Hollywood goes Transmedia”, Jenkins prueba que *The Producers Guild of America* reconoció oficialmente en 2010 el título de *Transmedia Producer*. Evidenciando la aceptación de buena parte de la industria audiovisual.
- [3] Una de las principales falencias de esta propuesta es que no se especifica precisamente en qué consiste o qué características debería poseer un *visionario*.
- [4] Referencia, comunicación de Jeff Gómez, en: <http://www.fantrust.com/2007/10/06/jeff-gomez%E2%80%99s-%E2%80%9C8-defining-characteristics-of-transmedia-production%E2%80%9D> Consultado el 1-11-2014.
- [5] Entrega en: <http://www.fastcompany.com/1745746/seven-myths-about-transmedia-storytelling-debunked> Consultado el 1-11-2014.
- [6] Entrega en: <http://www.fastcompany.com/1745746/seven-myths-about-transmedia-storytelling-debunked> Consultado el 1-11-2014.
- [7] Un sitio que aloja una cantidad considerable de fanfiction o fanarts es: <https://www.fanfiction.net/tv/Walking-Dead/> en el cual se da cuenta de las formas de intervención que se han realizado por parte de los prosumidores.

Referencias

- Belsunces, A. (2011). *Producción, consumo y prácticas culturales en torno a los nuevos media en la cultura de la convergencia: el caso de Fringe como narración transmedia y lúdica*. Barcelona: Universidad Oberta de Catalunya.
- Bertetti, P. (2014). “Toward a Typology of Transmedia Characters”. *International Journal of Communication*, Vol. 8, pp. 2344–2361.
- Campalans, C., Renó, D., & Gosciola, V. (2012). *Narrativas Transmedia. Entre teorías y prácticas*. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.
- Davidson, D. (2010). “Cross-Media Communications: an Introduction to the Art of Creating Integrated Media Experiences”. *ETC Press*, 6. En: <http://repository.cmu.edu/etcpres/6>. Consultado el 20-10-2014.
- Dena, C. (2009). *Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments*. Tesis doctoral presentada en Department of Media and Communications, University of Sydney, Australia.

MONOGRÁFICO

- García, S. (2014). "Una red transmedia para el hombre araña: a propósito de Spider-Man Noir". *Caracteres. Estudios Culturales y Críticos de la Esfera Digital*, Vol.3(1), pp.114-128.
- Goodman N. (1997). "¿Cuándo es el arte?. En: *Los lenguajes del arte*. Barcelona: Seix Barral. Tercera edición.
- Hjarvard, Stig (2008): "The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change", Gotteburg: Nordicom Review 29 No. 2, pp.105-134.
- Ibrus, I., & Ojamaa, M. (2014). "What Is the Cultural Function and Value of European Transmedia Independents?", *International Journal of Communication*, Vol. 8, pp. 2283-2300.
- Jenkins, H. (2003). "Transmedia storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling". *Technology Review*. Disponible en: <http://www.technologyreview.com/biotech/13052/> Consultado el 20-October-2014.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture. Where old and new media collide*. New York: NYU Press.
- Jenkins, H. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture*. Massachusetts: MIT Press.
- Kinder, M. (1991). "Playing with power in movies. Television and video games: from Muppet Babies to teenage Mutant Ninja Turtles". Berkeley: University of California.
- Limia, M. (2014). "Jóvenes y ficción televisiva. Construcción de identidad y transmedialidad". *Comunicación y Sociedad*, No. 34. pp. 273-278.
- Livingstone, S. (2005), "Critical Debates in Internet Studies: Reflections on an Emerging Field", en J. Curran y M. Gurevitch, (eds.), *Mass Media and Society*. Nueva York, Hodder Arnold, pp. 9-28.
- LLosa, Á. (2014). "Orfeo en la Arcadia transmedia". *Carácteres. Estudios Culturales y Críticos de la Esfera Digital*, No. 4(1), pp. 42-60.
- Lundby, K., 2009, "Introduction: Mediatization as Key", en K. Lundby, edit., *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. Nueva York, Peter Lang, pp. 1-17.
- Martín-Barbero, Jesús (1987) De los medios a las mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía. México, D.F. Gustavo Gili. 300 pp.

- Montoya, F., Vásquez, M., & Salinas, H. (2013). "Sistemas intertextuales transmedia: exploraciones conceptuales y aproximaciones investigativas". *Co-Herencia*, Vol. 10 (No. 18), pp. 137-159.
- Mora, V. (2014). "Acercamiento al problema terminológico de la narratividad transmedia". *Caracteres. Estudios Culturales y Críticos de la Esfera Digital*, No. 3(1), pp. 11-40.
- Orozco, G. (2007). "Comunicación social y cambio tecnológico: un escenario de múltiples desordenamientos", en D. de Moraes, (coord.), *Sociedad mediatizada*. Barcelona: Gedisa, pp. 99-117.
- Orozco, G. (2006). Jugar y Aprender: El desafío cognoscitivo de los videojuegos. En: *III Congreso Educaré*.
- Renó, D. (2013). "Narrativa Transmedia y la "des-gobernabilidad" periodística". *Comunicacao E Sociedade*, No. 34 (Vol. 2), pp. 141-146.
- Renó, D. (2011). "Periodismo, Redes Sociales y Transmediación". *Razón y Palabra*, No. 78.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2009). "Transmedia Storytelling: Implicit Consumers , Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production". *International Journal of Communication*, No. 3, pp. 586-606.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto-Grupo Planeta.
- Scolari, C. (2014). "Don Quixote of La Mancha: Transmedia Storytelling in the Grey Zone". *International Journal of Communication*, Vol. 8. pp. 2382-2405.
- Scolari, C. Betetti, P. & Freeman, M. (2014). *Transmedia Archaeology. Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics and Pulp Magazines*. UK: Palgrave Macmillan.
- Simons, N. (2014). "Audience Reception of Cross- and Transmedia TV Drama in the Age of Convergence". *International Journal of Communication*, Vol. 8, pp. 2220-2239.
- Thompson, John B. (1990): "El concepto de cultura". En *Ideología y Cultura Moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: UAM Xochimilco. pp. 183-240.