



Facultad Internacional de Comunicación e Industrias Culturales

Tema:

LA TRANSMEDIA Y EL CROSSMEDIA, NUEVOS PARADIGMAS.

CASO DE ESTUDIO: SABRINA LA BRUJA ADOLESCENTE

Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Licenciatura en Comunicación

Presentada por:

Mateo Coronel Gaibor

Tutor:

Alicia Urgelles

Quito, Octubre de 2024

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo analizar cómo una historia se puede contar a través de diversos canales y medios de comunicación. Hoy en día las narrativas transmedia están consideradas como una de las estrategias más viables en la elaboración de proyectos que están por venir en algún futuro y que los prosumidores tengan la oportunidad de descubrirlos mediante una extensa variedad de medios de comunicación y plataformas. Por otra parte, la finalidad del presente trabajo se centra en averiguar cuál es el objetivo de los llamados mundos transmediales. Ante eso se proyecta como análisis de aprendizaje el ecosistema mediático de Sabrina la bruja adolescente y El mundo culto de Sabrina, hoy en día es considerado uno de los casos transmedia más completos y diversos en relación a la variedad de medios aplicados.

Palabras clave: Narrativas, Transmedia, cine, audiovisual

DECLARACIÓN DE ACEPTACIÓN DE NORMA ÉTICA Y DERECHOS

El presente documento se ciñe a las normas éticas y reglamentarias de la Universidad Hemisferios. Así, declaro que lo contenido en este ha sido redactado con entera sujeción al respeto de los derechos de autor, citando adecuadamente las fuentes. Por tal motivo, autorizo a la Biblioteca a que haga pública su disponibilidad para lectura dentro de la institución, a la vez que autorizo el uso comercial de mi obra a la Universidad Hemisferios, siempre y cuando se me reconozca el cuarenta por ciento (40%) de los beneficios económicos resultantes de esta explotación.

Además, me comprometo a hacer constar, por todos los medios de publicación, difusión y distribución, que mi obra fue producida en el ámbito académico de la Universidad Hemisferios.

De comprobarse que no cumplí con las estipulaciones éticas, incurriendo en caso de plagio, me someto a las determinaciones que la propia Universidad plantee.



C.I. 1723735187

DEDICATORIA

A mi papá, mi mamá y mi hermano por enseñarme día a día ser mejor persona y apoyarme en todo lo que he querido.

A mis profesores, en especial Alicia y Nicole, que han sido unas profesoras y personas increíbles que admiro todo lo que hacen.

Y a mi universidad por su sabiduría y el cariño que recibí durante estos cuatro años.

ÍNDICE

Introducción.....	8
Marco teórico.....	9
El origen de las Narrativas Transmedia.....	9
Origen de las NT.....	9
Storytelling	9
Principios fundamentales de las Narrativas Transmedia.....	11
La producción audiovisual ha cambiado gracias a la Narrativa Transmedia NT.....	13
La creación de mundos transmediales.....	15
Los crossover como éxito en el mundo del cine.....	15
Etimología del término Crossover.....	15
Primeros Crossovers de la historia.....	16
Componentes esenciales de la construcción de mundos transmediales.....	17
Merchandising.....	18
Estrategias de la narrativa transmedia.....	19
Metodología.....	19
Resultados.....	21
Discusión	26
Conclusiones.....	28
Referencias.....	30

LA TRANSMEDIA Y EL CROSSMEDIA, NUEVOS PARADIGMAS. CASO DE ESTUDIO: SABRINA LA BRUJA ADOLESCENTE

Mateo Coronel Gaibor

mateo-coronel123@hotmail.com

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo analizar cómo una historia se puede contar a través de diversos canales y medios de comunicación. Hoy en día las narrativas transmedia están consideradas como una de las estrategias más viables en la elaboración de proyectos que están por venir en algún futuro y que los prosumidores tengan la oportunidad de descubrirlos mediante una extensa variedad de medios de comunicación y plataformas. Por otra parte, la finalidad del presente trabajo se centra en averiguar cuál es el objetivo de los llamados mundos transmediales. Ante eso se proyecta como análisis de aprendizaje el ecosistema mediático de Sabrina la bruja adolescente y El mundo culto de Sabrina, hoy en día es considerado uno de los casos transmedia más completos y diversos en relación a la variedad de medios aplicados.

Palabras clave: Narrativas, Transmedia, cine, audiovisual

Abstract

This research aims to analyze how a story can be told through various channels and media. Today, transmedia storytelling is considered one of the most viable strategies in the development of projects that are yet to come in the future and that prosumers have the opportunity to discover through a wide variety of media and platforms. On the other hand, the purpose of this work is focused on finding out what the objective of the so-called transmedia worlds is. Given this, the media ecosystem of Sabrina the Teenage Witch and Chilling Adventures of Sabrina is projected as a learning analysis, today considered one of the most complete and diverse transmedia cases in relation to the variety of applied media.

Key words: Transmedia Storytelling, Cinema, Crossmedia, Sabrina, Netflix

Introducción

En la actualidad existen varias maneras que nos muestran cómo el contenido que se crea, no se quede en un solo lugar en el que el prosumidor y los diferentes medios de comunicación no puedan descubrirlo, sino que se pueda expandir a otros medios.

Para entender este término prosumidor cabe desarrollar ejemplificando la actividad y el valor que tiene el criterio del consumidor respecto a los beneficios del artículo que adquirió: Manuel como diseñador gráfico realiza sus actividades profesionales en una Tablet de una marca que es su favorita, la misma que anuncia el lanzamiento de un nuevo modelo y lo sacan a la venta, por lo que nuestro personaje lo compra, vuelve a su casa y graba un unboxing en el que muestra la Tablet que adquirió y relata los beneficios de la misma, luego sube el video a las redes y más personas lo miran, interesados en dicha Tablet buscan información sobre ese producto, y deciden comprarlo.

En la historia contada Manuel es un típico prosumidor, que género un beneficio a la empresa de la marca, la misma que recibió sin gastar dinero por la publicidad, quienes observaron el video llegaron a la conclusión que el producto era bueno, criterio que le produjo más confianza que a un comercial de la marca.

“ La palabra prosumidor une dos conceptos: productor y consumidor. Un prosumidor es una persona que consume y produce a la vez, un tipo de cliente que surge a partir de ese equilibrio que otorgó la digitalización y del que todos tenemos algo” (Zubiaur Iñaki, redactor SEO en titular.com).

Mediante el siguiente trabajo de investigación, analizaremos el caso transmedial de Sabrina la bruja adolescente y El mundo oculto de Sabrina

Marco Teórico

El Origen De Las Narrativas Transmedia (Storytelling)

Origen de las Narrativas Transmedia

La narrativa transmedia no es un fenómeno contemporáneo, pero los profundos cambios a los que se ha visto sujeta la ecología mediática en el último cuarto de siglo han puesto este modo particular de contar historias en el radar de investigadores y profesionales (Scolari, 2014).

“Las narrativas transmedia son un fenómeno cultural característico de la sociedad red y la era de la convergencia, porque el concepto de Narrativas Transmedia no se reduce a una narrativa se despliega por más de un medio” (Jenkins, 2008)

Transmedia es un término utilizado por Sanders Smith (1975) en su composición musical en la que conformo con distintas composiciones, interpretadas con diversos instrumentos y diferentes estilos, a esta creación le denomino “*transmedia music*” que al español lo trajo como música transmedia. Años más tarde Kinder (1991), utilizó e introdujo el término transmedia en sus estudios sobre comunicación a lo que denomino intertextualidad transmedia para referirse a la correlación que se producía y desarrollaba entre diversas plataformas como la televisión, videojuegos, cine y juguetes.

“La narrativa transmedia es una técnica mediante la cual la historia se desarrolla o divide en diferentes plataformas para formar un relato coherente, es decir, podría entenderse como una historia contada en capítulos que se encuentran en diferentes formatos: libro, post, spot, película...” (Pastrana, 2019)

Storytelling

Transmedia Storytelling es un concepto concebido por Henry Jenkins en su artículo publicado en Technology Review, en el que se pronunció, que: “...hemos entrado en una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales...” (Jenkins, 2003) representa a los elementos de ficción que van

difundiéndose de manera sistemática y organizada valiéndose de diferentes plataformas con el objetivo de crear un producto de entretenimiento coordinado.

Es preciso entender que el termino Transmedia no se relaciona con el empleo de algunos medios como canales de difusión ya que esta técnica lo que permite es crear y expandir una historia para lo cual se van sumando piezas de la Narrativa.

La narrativa Transmedia (A partir de aquí utilizaremos las siglas NT para referirnos a las narrativas transmedia) tiene como objetivo hacer que participe la audiencia en el desarrollo del relato.

Luego de desarrollar y tener una respuesta, sin lugar a dudas podremos desarrollar las diferentes secuencias de la historia proyectada.

Cabe recordar que el Storytelling es una estrategia que consiste en crear una historia con el fin de informar, motivar, conocer opiniones, vender, aportar historias de valor que despierten el interés de los prosumidores, además que permita crear emociones y un vínculo generado por la narración que debe perdurar en su memoria y se produzca un feedback

“Cuando nos acercamos al mundo de la Narrativa Transmedia, la primera impresión es que nos encontramos en un terreno inestable, quizás desordenado (...) En las conversaciones sobre las Narrativas Transmedia también suelen aparecer otros conceptos como Cross-media, Multimedia, Multiplataforma o Narrativa aumentada...” (Scolari, p.7)

En la actualidad, las Narrativas Transmedia son reconocidas en el universo de la comunicación y se habla de multimedia e interactividad, los vocablos utilizados son convergencia y transmedia.

En los estudios de la evolución del ser humano se ha podido comprobar que los humanos siempre han contado historias; las han contado en forma oral, luego grabando imágenes rupestres, siguiendo en la evolución del ser humano encontramos que apareció la escritura como medio de contar su historia en libros y en medios escritos y actualmente medios digitales con las comunicaciones en la web.

De tal manera la transmedia puede facilitar el proceso creativo de la elaboración de la historia. Incluso se dice que es una factible manera para la creación de una comunidad de seguidores o igualmente pequeños grupos en un tal modelo de negocio denominado crowdfunding que se encargan del reciclaje de los materiales audiovisuales que ya están producidos.

En las narrativas transmedia cada historia aspira a una elaboración moldeada por decisiones surgidas tanto de las salas de reuniones corporativas como por decisiones nacidas en dormitorios de adolescentes (Jenkins, 2010).

De todo esto las Narrativas Transmedia son una forma de narrativa que se hace posible al confluir varios sistemas de significación, esto es verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc., y también otros medios como el cine, los comics, televisión, video juegos, teatro, etc., y además las Narrativas Transmedia no son una adaptación de un lenguaje a otro, sea la historia que cuenta el comic no es la misma que aparece en la pantalla del cine o en los dispositivos móviles.

Principios fundamentales de las Narrativas Transmedia

Para establecer las características de las Narrativas Transmedia, obligadamente hemos tenido que acudir a los principios identificados por Henry Jenkins y aquellos establecidos por Carlos A. Scolari en su libro *“Narrativas Transmedia - Cuando todos los medios cuentan”*, que posteriormente fueron analizados y acogidos por varios profesionales de cine, radio y televisión.

El concepto de expansión se refiere a la posibilidad de ampliar el contenido de una narrativa, utilizando prácticas virales en las redes sociales, con lo que se logra aumentar el contenido simbólico y económico del relato.

La profundidad es el trabajo del productor para lograr llegar a la audiencia y constituir un grupo definido de seguidores de su obra, los mismos que difundirán y complementaran con sus producciones.

En las producciones Narrativas Transmedia es esencial la utilización de la continuidad, a través de los diferentes lenguajes, medios y plataformas en que se expresen. La continuidad se complementa con la multiplicidad creando trabajos narrativos aparentemente incoherentes respecto al mundo de la trama original.

Según comentaristas los dos conceptos se refieren a la relación que podría existir entre la ficción transmedia y las experiencias comunes de la audiencia.

La inmersión es el comportamiento del público que se adentra al mundo narrativo, en cambio la extraibilidad es producto de tomar un elemento de la historia y trasladarlo al mundo real, como por ejemplo, personificarlos a juguetes o videojuegos. Un ejemplo que tenemos en el mundo cotidiano, los niños y jóvenes pueden ver las películas de Harry Potter y pueden jugar con él en cualquier consola de juegos, o pueden crear historias con las piezas de Lego personificando a los personajes de la película.

Este principio nos lleva a pensar que los creadores de las NT se trasladan y se ven como constructores de varios mundos, al interconectar las historias dispersadas por los medios o plataformas, por lo que podemos afirmar que la construcción de mundos está estrechamente vinculada a los principios de *inmersión* y *extraibilidad*, porque a la vez ambos principios representan formas para que los prosumidores participen de manera más directa con los mundos representados en las narraciones. “En su libro *Lector in Fabula* (1979) Umberto Eco sostenía que los mundos narrativos deben estar “amueblados”: sabemos que en el universo de Batman además de malhechores, hay un Batimovil y una Baticueva, y que Sherlock Holmes toca el violín -un Stradivarius- (...) Son estos pequeños detalles los que confieren verosimilitud al relato y entran a formar parte del conocimiento enciclopédico de los fans. ...” (Scolari, 2013, p.35)

Este principio se relaciona en la manera cómo concluimos un contenido y la forma con la que comenzamos un texto narrativo que le continua, por lo que la serialidad no

implica linealidad en la narración sino un reconocimiento final de la historia completa, con lo que el productor logra generar la expectativa del público prosumidor hasta que se estrene la siguiente producción, que le dé una respuesta.

Este principio se caracteriza por percepción y valorización personal sobre un asunto; entre estas subjetividades cabe destacar que se cruzan miradas y voces con lo cual las Narrativas Transmedia tienden a utilizar una combinación ordenada, causada por los personajes e historias que intervienen, aplicando el arte del spin-off que constituye un trabajo narrativo, que toma de una producción cinematográfica o serie de televisión algún elemento o personaje principal para desarrollarlo, adaptándolo con su propia historia. La historia de un personaje secundario en forma de spin-off, permite crear otras historias a base de un personaje secundario que haya alcanzado notoriedad en la película o serie original.

Por ejemplo, la franquicia de Star Wars estrenada en el año 1977 son historias para cine y televisión que ha tenido gran número de spin-off, a la que se han agregado varios libros, series de televisión, videojuegos y filmes que nos han contado diversos episodios creando mundos y personajes que siempre guardaron relación con los de las películas iniciales.

Cabe destacar que las Narrativas Transmedia se benefician de la actitud y carácter participativo de la comunidad de prosumidores dediquen su tiempo para discutir y resolver aspectos subjetivos de ciertas narrativas, utilizando los medios de comunicación, tales como convenciones de cómics para fans, reuniones temáticas, memes de las redes sociales, foros etc.

La producción audiovisual ha cambiado gracias a la Narrativa Transmedia NT

Debemos destacar que la producción y circulación de productos audiovisuales ha cambiado gracias a la narrativa transmedia. Es así como la audiencia ha dejado de ser pasiva para convertirse en una audiencia activa que interactúa, dialoga y co-crea. Bellon,

(2012) expone que actualmente se habla de nuevos consumidores o prosumidores que ya no actúan de forma individual, sino que se conectan entre ellos gracias a internet y a las redes sociales y se constituyen como comunidades. De la misma manera, García y Simancas (2015) explican en su obra, *“No te dejes de cuentos. El poder de las narrativas transmedia para la transformación social”*. “...que como resultado de estas nuevas dinámicas sociales la ciudadanía ha alcanzado protagonismo y control de los mensajes impuestos por los medios de comunicación de masas”.

Para poder analizar si el uso de la narrativa transmedia posibilita la comprensión de ciertas manifestaciones sociales y para ello la serie *“13 reasons why”*, ha sido seleccionada por muchos comentaristas del género narrativo transmediático, para analizar y obtener sus conclusiones utilizan múltiples plataformas mediáticas como Facebook, Instagram, Blog y Twitter; estas redes sociales han producido una gran participación, en especial de jóvenes, en el que les permite opinar e interactuar y poder discutir respecto al tema principal de la serie que es el suicidio, (Wagmeister, E. 2017, 21 abril). Con la utilización de las herramientas estratégicas de las Narrativas Transmedia ha permitido la interacción en el debate y participación que ha permitido se aproxime a temas sensibles como el suicidio.

Las Narrativas Transmedia utilizadas en las producciones cinematográficas tiene la ventaja de ser el proceso en el que participa de manera activa en la creación de un relato que tiene un carácter expansivo (Jenkins, 2003). Según Carpentier (2015) la participación se ha convertido en un concepto importante, que proporciona un horizonte democrático para la configuración de los medios contemporáneos y sus relaciones con la variedad de esferas sociales.

Los consumidores de estas Narrativas Transmedia acumulan sus narrativas utilizando soportes mediáticos, gracias a las nuevas tecnologías y herramientas que permiten a los consumidores a archivar, comentar, apropiarse y sacar en circulación los contenidos mediáticos con sus propias experiencias y propuestas.

“... Las narrativas transmedia, más que crear un relato lineal, proponen mundos narrativos (storyworlds) que abarcan diferentes medios/plataformas y experiencia de producción/ consumo...” (Scolari y Establés, 2017, p. 1017).

En el proceso de creación de un producto transmedia, es clave elegir las herramientas para determinar que parte del relato se expresa en cada medio, para aprovechar al máximo las posibilidades de cada punto de contacto de la audiencia (Scolari y Establés, 2017).

La creación de mundos transmediales

Los crossovers como éxito en el mundo del cine y de la transmedia

Etimología del termino Crossover

Según los tratadistas que han desarrollado el término crossover, en el ámbito de la industria cinematográfica, tiene su origen en el idioma inglés y traducido al idioma español tiene su significado como “cruce”, para los medios e industria cinematográfica le dan un sentido etimológico como la conexión entre historias y personajes de un mismo universo narrativo.

“Los crossovers suelen tener lugar, por lógica, entre series de una misma productora o cadena y habitualmente dan lugar a capítulos muy recordados y valorados por los fans ...” (Alonso, 2007),

Cabe anotar que este término crossover lo encontramos también como crossover literario, mismo de que no ser descrito correctamente puede darse lugar a una confusión, para esto nos adentramos a la adaptación de Alicia en el país de las maravillas en el que Diego José Costa Pérez manifiesta que:

El presente artículo es un análisis de las adaptaciones de las novelas de Alicia en el País de las Maravillas en formatos diferentes. La hipótesis central está planteada alrededor del concepto de "crossover", el fenómeno por el cual un producto cultural destinado a niños acaba siendo consumido por un público adulto. Una vez que las teorías principales hayan sido analizadas, los elementos clave de la original Alicia en el País de las Maravillas (versiones traducidas al español) que puedan dar pie a "crossover" serán comparadas con diferentes adaptaciones y representaciones (Costa, 2018, p.1)

La facilidad de conseguir a un buen precio de mercado los distintos software, que comprende a un conjunto de los componentes lógicos necesarios que hace posible la realización de tareas específicas para la edición de texto, imagen y sonido, y la expansión de las redes de internet durante los años noventa, hoy en día los procesos de producción, circulación, traducción e interpretación textual se han acelerado de manera exponencial desde la difusión de las redes digitales. El texto digitalizado es mucho más fácil de distribuir, modificar, mezclar y volver a poner en circulación los contenidos generados por los usuarios que produce el ecosistema mediático. “...dentro de la variedad de formatos textuales que los usuarios pueden llegar a producir se encuentran los crossovers, un formato donde, a grandes rasgos, se cruzan dos o más referencias culturales en una misma pieza...” (Guerrero P. Mar, 2015, p.184)

En ficción, se denomina crossover a la interrelación entre las historias, personajes o tramas de dos productos diferentes. En el caso de la televisión, en particular, el cruce de dos series. Usada normalmente como estrategia para hacer publicidad de un proyecto menos seguido, a veces también sirve para hacer un pequeño guiño a los fans, gracias a un cameo o a una conexión inesperada entre universos dispares, comparten producción, canal, distribuidora y/o show-runner. Pese a que la técnica sea muy común en el mundo de la animación sobre todo si los dibujos comparten productora o guionistas, también las series de acción real tienen ejemplos reseñables.

Primeros crossovers en la historia del cine y televisión

Las primeras producciones de cine en utilizar los crossovers fueron las realizadas entre los años 1931 a 1956, como por ejemplo en la película Drácula, el personaje principal fue protagonizado por el actor Béla Lugosi de nacionalidad austro-húngaro y el filme Frankenstein, en el que Boris Karloff fue el protagonista, y le compartió en la película el papel secundario al actor Lugosi interpretando al personaje Ygor.

Otra de las producciones más exitosas y que se le recuerda a través de los tiempos, es la película King Kong contra Godzilla que se estrenó en el año 1962, inolvidable para muchas generaciones, en la que participaron varios personajes de la cultura pop.

También cabe recordar al film “Avengers: Endgame, ganadora indiscutible de los crossovers (...) Y sí, aunque Avengers: Endgame carece de lógica en algunas partes de la narrativa, es una de las pocas cintas que se enfocó en reunir a la mayor cantidad de personajes en un mismo lugar para complacer a los fanáticos. No por nada es la segunda película más taquillera de la historia, logrando recaudar más de dos mil millones de dólares durante su permanencia en las salas de cine” (Landeros Taisha, 2022)

Componentes esenciales de la construcción de mundos transmediales

Los mundos transmediales como mundos de ficción, sin dejar a un lado esta apreciación, cabe destacar que no especifica en qué consiste el mundo de ficción de una narrativa transmedia, a pesar de argumentar y sostener la idea, de que el centro de una narrativa transmedia es el mundo por encima del relato o de los personajes. Para despejar esta inquietud y lograr un concepto de mundo ficcional operativo para las Narrativas transmediales, cabe referirnos al criterio de Geoffrey Long, discípulo de Henry Jenkins, en su tesis *Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company* (2007), quien establece asimismo como uno de los principios estéticos de las narrativas transmedia que el mundo sea su centro, como protagonista de dichas narrativas (Jenkins, 2008)

En la narrativa transmedial la historia tiene que llegar al prosumidor por intermedio de varios medios, así tenemos, el producto audiovisual puede inicialmente ser presentado en la televisión como serie, se puede ampliar como un comic, etc.

Por un lado, la historia debe expandirse a través de varios medios; por ejemplo, el relato puede comenzar en la televisión bajo forma de serie, ampliarse en un cómic, transformarse en “webisodios” y por ultimo convertirse en largometraje; para lo cual, lo fundamental es que estas producciones amplíen la original.

Uno de los principales elementos del concepto de la cultura de la convergencia enunciados por Jenkins está relacionado con el flujo de contenidos utilizando varias plataformas de medios, empleando los beneficios de las industrias mediáticas que facilitan a las audiencias a encontrar nuevos contenidos e información, es decir, la narrativa transmedia se convierte en la convergencia de medios.

Para las investigadoras de la IT University of Copenhagen han continuado redefiniendo y aplicando dicho concepto al análisis de videojuegos pertenecientes a los mundos transmediales de El Señor de los Anillos, Star Wars y Juego de Tronos.

Merchandising

a) Concepto de Merchandising:

Según la American Marketing Association: “Merchandising es un conjunto de técnicas basadas principalmente en la presentación, la rotación y la rentabilidad, comprendiendo un conjunto de acciones llevadas a cabo en el punto de venta, destinadas a aumentar la rentabilidad, colocando el producto en el lugar, durante el tiempo, en la forma, al precio y en la cantidad más conveniente...” (Castillo, 1996)

Este concepto de merchandising y el conjunto de técnicas no son utilizadas en forma idéntica en los diferentes puntos de venta, ya que los objetivos que se proponen no tienen el origen y los resultados similares.

Para entender este punto de vista cabe un ejemplo utilizado por los comerciantes locales, tomando en consideración el comportamiento del vendedor, para lo cual deberá tomar en cuenta el objetivo de máxima exposición del establecimiento o punto de venta ante los clientes, debiéndose colocar los productos de consumo frecuente, como los productos lácteos lejos de la entrada y de las cajas de salida, en lugares que provoque una ruta larga y obligada.

En el mismo supermercado del ejemplo, si el vendedor busca obtener el máximo volumen de venta de un producto que introduce a la venta, por estrategia colocara en un lugar de paso frecuente y que tenga una gran concurrencia del prosumidor.

En el ejemplo, si el vendedor proyecta dar imagen de precios bajos, ha expuesto carteles alusivos al producto en oferta en la entrada al supermercado y además lo destina para tal promoción ciertos días de la semana. Pero estos objetivos de la empresa para ser implementados exigen que el vendedor analice el entorno de ubicación del supermercado,

el índice de los posibles consumidores de mercado y la demanda de ciertos productos, es decir se presentan distintos tipos de merchandising.

Estrategias de la narrativa transmedia

Como hemos manifestado anteriormente la narrativa transmedia se puede utilizar para cualquier tipo de historia, desde luego, primeramente se debe conocer el género y el carácter de la historia, con lo cual se lograría explotar la potencialidad del proyecto.

Las narrativas transmediales son la nueva estética de la convergencia de medios y su eje principal es el concepto de mundo, siguiendo a Jenkins. Desde un punto de vista industrial, el mundo transmedial actúa como una matriz sobre la que se puede implantar nuevas historias, pero también es una entidad con protagonismo propio (Long, 2007).

Para emprender el proyecto de narrativa transmedia, se deberá tener varias ideas realizables para contarlas desde diferentes ángulos, partiendo de una premisa, que no existe una sola manera de contar las historias; una vez concebida la historia principal se deberá insertarla en un universo, para no dejarla en una idea ni en un tiempo, con lo que permitirá conocer cada detalle, seleccionando los medios y formatos que serán de mucha utilidad al momento de contar la historia; esta selección de medios y formatos no deberá mantenerse rígidos, siempre se podrá añadir un formato o medio adicional.

Este universo resultará ser enorme y no dejará de expandirse como una puerta que permitirá a los creadores mostrar al espectador las partes de la historia o solo una de ellas y el momento que así lo consideren, podrán orientar hacia los mecanismos de la narrativa transmedia.

Para la narrativa transmedia es muy importante establecer como se expande la historia, manteniendo en el prosumidor la curiosidad y hacerle llegar todo lo que quiere ver y a la vez tener un punto donde los creadores de la historia puedan volver a expandirla mediante conexiones de expansión; estas conexiones sirven también para originar, promover la interacción y participación de elemento externos.

Metodología

Para desarrollar la metodología planteada en este trabajo, hemos realizado un análisis del ecosistema transmedial de “*Sabrina la bruja adolescente*” y “*El mundo oculto de Sabrina*”, trasladándonos al universo ficticio de *Archie Comics* en el que relata las aventuras de una adolescente estadounidense, que en la historieta se llama Sabrina Spellman, personaje creado por el escritor George Gladir y el artista Dan DeCarlo, en el que Sabrina apareció por primera vez en *Archie’s Madhouse* #22 en octubre de 1962, representando sus propias historietas gráficas, en las que alcanzo mucha popularidad, el personaje central vive con sus dos tías Hilda y Zelda, ambas brujas, en la ciudad de Greendale que se encuentra en algún lugar cerca de Riverdale, hogar de Archie Andrews. Estos “*Archie Comics*” fueron la base para la creación de las series del 2003 de Nickelodeon y la serie del 2018 de Netflix.

Se ha considerado estudiar los diversos medios elaborados para la promoción y publicidad como son los trailers, promos, contenidos en redes sociales y merchandising. En el análisis de Narrativa Transmedia hemos tomado el modelo planteado por Robledo, Atarama y Palomino (2017) sobre las herramientas transmediales. Desarrollamos una ficha técnica que muestra varios materiales de comunicación y sus respectivas definiciones, como herramientas para la construcción del mundo transmedial.

Unidades de análisis según su valor como herramientas transmediales

Herramienta transmedia	Definición
Macrohistoria	Historia principal, base narrativa del proyecto transmedia.
Contenido expandido	
Información relevante: información que amplía el saber específico del relato global.	
Adaptaciones postumas	Contenido adaptado posteriormente al original.
Promociones	Contenido desligado temporalmente a este pero que lo promocionan por diferentes canales.
Producto	
Merchandising	Productos relacionados a la historia, elaborados por los mismos creadores del relato o asociados.

Fuente: De la comunicación multimedia a la comunicación transmedia: una revisión teórica sobre las actuales narrativas periodísticas. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 23(1), 223-240. Ediciones Complutenses, España.

La primera herramienta denominada “macrohistoria” se refiere a la historia principal, a la que consideramos la base narrativa del proyecto transmedia (Scolari-2009; Belsunces, 2011). A su vez el contenido del relato principal puede ser extendido. La información relevante tiene como ámbito y objetivo ampliar el argumento específico del relato global, a fin de lograr una mayor comprensión. En el caso de las adaptaciones póstumas al contenido original, son avances que presentan fragmentos del contenido principal de la obra y permiten al público tener una idea de lo que está por venir. En productos está incluido el merchandising relacionado a la historia, elaborado por los mismos creadores del relato o asociados.

Analisis De Resultados

Como se ha manifestado en este trabajo, la narrativa transmedia puede ser utilizada para cualquier tipo de historia, siempre que se aborde respetando ciertos parámetros en el desarrollo narrativo, por lo cual hemos presentado el estudio y propuesta de Robledo, K., Atarama, T. & Palomino, H.

Se ha conseguido los resultados que se muestran en la siguiente tabla, en la que se ha incluido todas las unidades de análisis, clasificadas según su valor como herramientas transmediales; posteriormente, describimos los puntos de arranque que se ajustan al mundo transmedial dependiendo a sus distintas presentaciones y plataformas.

Herramienta transmedia	Definición
Macrohistoria	Cómics Sabrina la bruja adolescente
Contenido expandido	
Información relevante: información que amplía el saber específico del relato global	
Adaptaciones postum	Serie Sabrina la bruja adolescente (1996) y El mundo oculto de Sabrina (2018)
Promociones	Trailer Serie 2003 de Nickelodeon y la del 2018 de Netflix.
Producto	
Merchandising	NYX cosmetics, Kenner Products

Fuente: Elaboración Propia

En este cuadro hemos realizado la clasificación en base a la contribución de cada elemento de origen como herramientas para la realización del mundo transmedial. La primera herramienta la hemos denominado *macrohistoria* y se refiere a la historia principal como base de la narrativa Transmedia, la misma que puede ser llevada al prosumidor utilizando varias plataformas o medios; esta historia principal puede ser extendida en lo que se refiere a su contenido con el propósito de lograr una mayor comprensión de la historia, dentro el cual encontramos las adaptaciones previas o póstumas al relato principal. Así también los avances que presentan cortes de la historia que está siendo proyectada y que le dan idea al prosumidor de lo que puede esperar.

En productos hemos incluido el merchandising que guarda relación con la historia y que ha sido elaborado por el autor. Todas las herramientas mencionadas permitirán al consumidor entender la conformación del mundo transmedial a través de diferentes medios, además se podrá conocer que aporta cada uno.

Como macrohistoria hemos clasificado a los comics de *Sabrina la Bruja Adolescente*, este personaje es contrario a lo que representan las brujas en la historia de la humanidad, en estas historietas Sabrina es una joven encantadora, se transporta en una escoba voladora con la que en segundos va de un lugar a otro.

A este personaje se le ha caracterizado con una ropa muy a la moda de los años sesenta, bailando la música de los grupos musicales de esa época, se le ha dado habilidades sobrenaturales sin comportamientos maliciosos. Sabrina en la historia no cuenta su pasado, ni de sus padres, ella tiene una bruja mentora cuyo nombre es Della, graciosamente es representada por una mujer muy atractiva y vampiresa, que vestía como modelo de esa época, que le obligaba a hacer valer sus encantos naturales y a diferencia de las brujas de los clásicos cuentos -con calderos y escobas- no necesitaba ninguno de los conjuros para atraer a los hombres. Sabrina en la historia tenía que sujetarse a reglas estrictas, no podía enamorarse, no podía mojarse con agua por el riesgo a morir o dejaría de ser bruja.

Los textos de los episodios de Sabrina eran cortos, no pasaban de dos hojas o también consistían de pequeños segmentos dentro de una sola página. Las historietas de la época que aparecieron, tenían un ritmo muy dinámico y fácil de leer. El dibujo de Sabrina se le fue perfeccionando en cada número, así como también fueron cambiando los dibujos

de acuerdo al dibujante que hasta cierto punto le quitaron el aspecto juvenil y adolescente, contrario a lo que represento la moda de los años sesenta usada por los “teenager”.

Las maldades de Sabrina tenían un encanto juvenil, así por ejemplo hacer perder o ganar al equipo de su simpatía, tenía muy poca experiencia al momento de enamorarse de algún compañero de la escuela, utilizaba sus poderes para pasarla bien; a este personaje de una encantadora adolescente se le describe con un temperamento un tanto rebelde y a veces desobedecía a Della.

Desde el inicio de estos comics se destaca a un gracioso gato llamado Salem, amigo inseparable de Sabrina, con el que nos hace memoria, que en todos los cuentos de brujas existe un inseparable gato que le ayuda a cometer sus travesuras, sin textos relevantes, es decir es una mascota muda y simpática con actuaciones de poca importancia, pero si generaba ternura y producía alguna risa

La editorial recibió decenas de cartas de sus lectores, pidiendo que no se descontinúe la entrega de los comics. Sabrina tuvo varias apariciones en series de la editorial durante los años siguientes. En 1971, consiguió su propia colección de cómic, que se prolongaría durante 77 números y poco más de una década.

Las historietas de nuestro análisis, con el éxito alcanzado y la necesidad de su público lector fue sometida a Adaptaciones Póstumas -que de acuerdo a las definiciones técnicas es el contenido adaptado posteriormente al original- es así, como el 27 de septiembre de 1996 se estrenó el primer episodio de “Sabrina la bruja adolescente” que contó con 17 millones de espectadores, la serie se emitió hasta el 2003, duró en total siete temporadas y se hicieron tres películas para expandir su temática.

“...En el aniversario número 25 de la serie, la actriz que protagonizó (*Melissa Joan Hart*) esta producción se unió a la celebración con una publicación a través de Instagram con fotografías del elenco y un emotivo mensaje: *“Me ha llamado la atención que hace 25 años, hoy 27 de septiembre de 1996, nuestro programa se emitió por primera vez en ABC durante 7 temporadas, Toneladas de talentosas estrellas invitadas, actos musicales y trucos mágicos de televisión a lo largo de los años. Lleno de amistades y recuerdos locos, ¡fue un viaje increíble sin duda!”*. (Rojas Sarmiento, 2021)

En el año 2018 la plataforma Netflix lanzó la serie dirigida a adolescentes *“El mundo oculto de Sabrina”* que de acuerdo a la crítica especializada la califican como que se desnaturalizó el argumento del comic de los años sesenta, porque se exhibe escenas para un público adulto que siguen la corriente actual de las producciones cinematográficas para cine y televisión con escenas de sexo, violencia, efectos paranormales dejaron de ser comedias ligeras para público adolescente, inapropiado para niños y adolescentes.

En esta serie del año 2018 de la plataforma mencionada, como dinámica de los argumentos hace énfasis temas feministas, haciendo notar las limitaciones que la sociedad impone a las adolescentes. Cabe anotar que en esta serie se exagera elementos y escena de horror, lugares lluviosos y con mucha neblina, cementerios, arañas, murciélagos, muertes y cadáveres, se ve sangre en escenas de asesinatos y ceremonias de brujería, escenas que no son aptas para niños y adolescentes, ya que esta tendencia mercantilista contribuye a que en las sociedades tanto en países del primer mundo o subdesarrollados se incremente la violencia y criminalidad en la conducta de sus habitantes.

De toda esta carga de mensajes extraños al convivir en sociedad, existen mensajes que tienen algún valor como es el hecho de apoyar a los amigos y trabajar por un ideal futuro en el que todos respetemos el derecho de vivir en paz.

Como se ha manifestado en el capítulo anterior esta serie de televisión cuyo título en español es *“El mundo Oculto de Sabrina”*, se le cataloga dentro del género de cine de terror, misterio y paranormal, a pesar de las críticas especializadas, los productores de la serie, la ubicaron en el mercado como apropiada para un público de adolescentes; en el transcurso de este análisis podemos afirmar que la producción desnaturaliza el argumento del comic de los años sesenta.

En esta producción hemos podido apreciar que se presentan situaciones hacia las prácticas y simbolismos diabólicos, en los que se mezclan preceptos religiosos dando paso a aquellos rituales y el culto a lo siniestro, existe manipulación de los criterios cristianos tales como los sacramentos, bodas, bautizos, la comunión y etc., esta producción de Sabrina está llena de simbolismos y fenómenos paranormales por lo que podemos afirmar que el verdadero argumento debió ser sometido a la crítica y análisis desde la psicología, la sociología y teoría de las religiones .

Siguiendo la línea de pensamiento y análisis, podemos mantener que en la producción de Sabrina existen mitos, prácticas de magia distorsionando lo sagrado y lo profano; simbolismos religiosos con el fin de evidenciar en un esquema comparativo entre las practicas satánicas y cristianas que inciden y tienen repercusión hasta la actualidad.

Hemos analizado que hay un concepto de ritual, en la serie existen diversos espacios en donde se reúne el aquelarre que son escuelas de las artes oscuras aplicando la práctica de magia negra. Esto nos ha permitido entender las apariciones en la serie de figuras míticas, como el demonio desde que fue expulsado por Dios del paraíso por cuestionar el mandato divino.

Al inicio de esta investigación se había planteado estudiar el contenido promocional de la serie de 1996 pero no hemos podido encontrarlo en ninguna de plataforma de video. Debido que es una serie de televisión abierta, no sabemos cuál es la razón exacta por la que la serie no consideró el lanzamiento de los respectivos trailers de la primera temporada y de ninguna de las demás.

Como merchandising hemos incluido a la muñeca de la serie del año 1996 protagonizada por *Melissa Joan Hart* que lanzo la compañía *Kenner* y la línea de maquillaje que lanzo *NYX Cosmetics* inspirada en la serie original de Netflix cuyo título es “*El mundo oculto de Sabrina*”.

La compañía de juguetes *Kenner Products* lanzo en el año 1998 una línea de tres muñecas de los dos personajes principales de la serie, la de Sabrina y el de su novio Harvey. La muñeca de Sabrina media 12 pulgadas de alto, movía su mano para simular que hacía magia al igual que en el programa televisivo, la presentación de esta muñeca venia en un empaque de cartón con impresión a todo color, simulando un rincón de la habitación de Sabrina, también incluía a Salem el gato y accesorios como, el libro de hechizos y el sombrero con un conejo. En la parte superior del empaque se invitaba a participar mediante un sorteo la posibilidad desayunar con *Melissa Joan Hart* la actriz que interpretaba a Sabrina.

El 23 de enero del 2020 la marca de maquillaje *NYX Cosmetics* anunció su nueva línea de maquillaje inspirada en la serie de Netflix “*El mundo oculto de Sabrina*” cuyo

motivo fue el estreno de la tercera temporada. Dicha colección cuenta con dos labiales en tonos mate y una paleta de sombras con 30 tonos. Esta colección ha sido todo un éxito por tener esa esencia que representa el misterio de dicha serie. El costo de mencionada colaboración de “El mundo oculto de Sabrina” y NYX Cosmetics es desde los 35 hasta los 50 dólares, si quieres obtener la colección completa.

“NYX Professional Makeup está encantado de ser el primer socio cosmético de Netflix. Esta paleta no sólo presentará una nueva fórmula elevada para nuestro público, sino que unirá a los amantes de maquillaje y a los fanáticos de El mundo oculto de Sabrina de todo el mundo”, menciona Yann Joffredo, Global Brand President de la marca. (Maldonado, 2020)

Discusión

Partiendo de la pregunta que motivó a toda esta investigación, se podría decir que la macrohistoria cuando se adapta un relato a diferentes épocas esta puede cambiar de una manera en la que el público de esa generación se identifique con la historia. En este caso el mundo de Sabrina, siendo un cómic que fue creado en el año de 1971 evidentemente una época muy diferente a la actual. Como hemos mencionado anteriormente, en la historia había conceptos o prohibiciones que lo que a las brujas no se les permitía hacer y estas estrictas reglas son retomadas por las dos series live-action, la cual termina siendo una parte esencial que la protagonista en este caso Sabrina tenga un conflicto. Cabe mencionar, que cuyas restricciones no vienen hacer las mismas que de los Comics, de lo contrario estas cambian según la trama de la serie.

También podemos destacar la simbología que tiene los colores y su predominancia en las diferentes escenas y fondos a lo largo del cómic y en las dos dichas series, por un lado, las tonalidades y colores que tiene el cómic ya que un color puede usarse para diferentes significados y nos permite que tengamos nosotros como lectores interpretaciones distintas.



Fuente: Archie Comics /2021

En cuanto la estética de las dos series es completamente diferente entre el cómic y obviamente entre ellas también. En la serie de 1996 protagonizada por Melissa Joan Hart estéticamente es muy 2000 o conocida también actualmente como Y2K que es una abreviatura que significa el año 2000. Y significa year (año) y la K que vendría a ser Kilo (1000). Por una parte hace un guiño a finales de los años noventa y comienzos del los dos mil. En Sabrina podemos ver eso, un estilo muy juvenil ya que es una comedia romántica llena de situaciones que a veces rallan en lo ridículo pero que tienen un motivo interesante.

Estética de Sabrina, la bruja adolescente. (1996-2003)



Fuente: Fandom.com/2014

También podemos destacar la simbología que tiene los colores y su predominancia en las diferentes escenas y fondos a lo largo de la serie, como son el rojo, el negro y blanco que para los argumentos de la serie es la representación *Femme Fatale* que traducido al español es mujer fatal, este tipo de personaje representado por Sabrina utiliza la sexualidad para atrapar al sexo opuesto con insaciable pasión; en la serie se pretende personificarla como una heroína, aparece como que cruza del bien hacia el mal.

En esta producción de Sabrina se la representa con una personalidad inquieta y cuestionadora que no llega a comprender los motivos por los que constantemente los personajes de su entorno quieren opacarla y menos preciarla por ser mujer, impidiendo expresarse libremente al elegir y actuar bajo los principios de su niñez y juventud.

Estética de El mundo oculto de Sabrina. (2018-2020)



Fuente: Fandom.com/2018

Conclusiones

De lo manifestado en este trabajo de investigación, se puede afirmar que la Narrativa Transmedia ha cambiado el modo cómo se cuentan las historias, sean estas de ficción o de realidad, pero en esencia, todos seguimos leyendo fabulas y relatos. Con las nuevas tecnologías los medios televisivos nos transportan y nos hacen soñar entre lo real y lo imaginario, pero no dejamos de estar más expuestos a lo que nos cuentan, porque tenemos un gran interés en saber que ocurre en un entorno de sociedad en red, en que la acumulación de información es imprescindible, a gran velocidad en tiempo real.

Las narrativas Transmedia constituyen una forma de narrativa muy particular, que se adapta a los diferentes sistemas de significación, tales como verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc., y medios, entre otros, cine, cómic, televisión, video juegos, teatro, etc.

La macrohistoria que se generó en la década de los setenta, como personaje de los comics de Archie se adaptó a las diferentes épocas hasta el aparecimiento de los medios televisivos, el público consumidor o también llamado Prosumidor se adaptó con la historia, el mundo de Sabrina se ha ido adecuando a cada generación, por si solo se ha adentrado a la dinámica social y las prácticas culturales del mundo joven y a diferentes segmentos de audiencias, transformando el producto en compuestos argumentos con diversos contenidos, pero que guardan coherencia con el argumento inicial de la figura fresca y juvenil de Sabrina en los años de escuela preparatoria e incorporándose a las nuevas plataformas tecnológicas.

Se considera que se desarrollaron y propagaron a través de prácticas virales en las redes sociales por lo que aumentó el capital simbólico y económico del relato.

Hemos analizado en este trabajo de investigación, que la cultura Transmedia actualiza aquellos temas de convergencia y los populariza en un contexto caracterizado por los grandes cambios que ha sufrido el relato, las historietas y aun hasta la novela con los adelantos de la tecnología. Las plataformas han cambiando el ecosistema de los medios, desde Facebook hasta YouTube, Twitter o Instagram, mismos que por los inicios de los años 2000 estaban en pleno desarrollo o quizás ni siquiera existían cuando apareció Sabrina en los medios que disponían en los setenta, que dadas sus características se hizo acreedor a su propia serie de cómics y televisión.

Esta serie relacionada a la de Archie que podría considerarse como su extensión narrativa, jugó un rol fundamental en los procesos de diseminación textual al original, en la que las empresas productoras descubrieron que cada vez que un prosumidor explora la página y al expresar su simpatía se incrementan las acciones de ese mundo narrativo en el espacio de los activos intangibles; cambios tecnológicos que han obligado a reconceptualizar muchos aspectos de la cultura, las relaciones sociales, la participación política y las ecuaciones económicas y políticas.

Sin lugar a dudas, las narrativas transmedia sirven como una nueva práctica de comunicación e incidir en el imaginario social con nuevas ideas y propuestas.

En los inicios de este trabajo se mencionó que Storytelling es el arte de contar historias, algún tratadista lo define como “la máquina de fabricar historias y formatear mentes”, lo que podríamos decir que constituye una herramienta para conseguir usuarios mediante la creación de un vínculo emocional con las marcas, desde luego no se pretende persuadir a los consumidores al tratar de las especificaciones del producto, más bien lo que se trata es conectar con la parte emocional del usuario para conseguir captación, lo que podríamos decir un vínculo emocional. El objetivo que se persigue con el Storytelling es establecer. Conectar a la audiencia con un nombre, una cara y una historia convincente.

En las series que hemos analizado se componen en una amplia trama de piezas y fragmentos unidos coherentemente; en las que se ha creado y potenciado un conjunto de

personajes e historias. Es decir, se ha ampliado la historia y se ha expandido al crearse nuevas situaciones y personajes llegando hasta los planos paranormales.

Referencias

- Bellón, T. (2012). Nuevos modelos narrativos. Ficción televisiva y transmediación. Universidad Complutense, Madrid, España
- Castillo, César. (1996). Merchandising, la importancia en el punto de venta. Costa
- Pérez, Diego José. (Febrero 2018). Alicia en el país de las maravillas: "Crossover", adaptaciones y representaciones, Universidad de Murcia, España, p.1
- García, M., y Simancas, E. (2015, mayo). No te dejes de cuentos. El poder de las narrativas transmedia para la transformación social. Comunicación y Sociedad Civil para el Cambio Social. Simposio llevado a cabo en el congreso #comunicambio, España
- Guerrero Pico, María del Mar. (Marzo 2015). Narrativas transmedia y contenidos generados por los usuarios: El caso de los crossovers. Departamento de Comunicación, Universidad Pompeu, Barcelona, España, p.184
- Jenkins, H. (2008). Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós
- Jenkins, H. (2010). Transmedia storytelling and entertainment: An annotated syllabus. Continuum: Journal of Media & Cultural Studies, 24(6), 943-958. doi: 10.1080/10304312.2010.510599
- Landeros, Taisha. (Junio 2022). Qué es un crossover en el cine. Diegetico.com
- Maldonado Catalina (Enero 2020]. NYX lanza una colección de maquillaje inspirada en "El mundo oculto de Sabrina". Infomarketing.pe
- Long, G. A. (2007). Transmedia storytelling: Business, aesthetics and production at the Jim Henson Company (Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology).
- Pastrana Christian, Narrativa Transmedia y Storytelling: el arte de contar -25 noviembre 2019 IEBS
- Porter, Carmen. (2006). La iglesia y sus demonios. Editorial Edaf, S. A. Madrid, España.

- Robledo, K., Atarama, T. & Palomino, H. (2017). De la comunicación multimedia a la comunicación transmedia: una revisión teórica sobre las actuales narrativas periodísticas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(1), 223-240. Ediciones Complutense, España.
- Rojas Sarmiento, Lorena. (13 octubre 2021). 25 años de "Sabrina, la bruja adolescente" en 10 escenas. www.radionica.rocks, Radiónica, emisora pública colombiana
- Salen Henrik, 1994, *Los secretos del merchandising* – Ediciones Días de Santos, S.A. Madrid, España
- Scolari Carlos A., *Narrativas Transmedia, Cuando todos los medios cuentan*, Centro Libros PAFP, S.L.U., p. 7, primera edición 2013 España
- Scolari Carlos A., *Narrativas Transmedia, Cuando todos los medios cuentan*, Centro Libros PAFP, S.L.U., p. 17, primera edición 2013 España (Jenkins 2003)
- Scolari Carlos A., *Narrativas Transmedia, Cuando todos los medios cuentan*, Centro Libros PAFP, S.L.U., p. 35, primera edición 2013 España
- Scolari Carlos A. *Narrativas Transmedia, Cuando todos los medios cuentan*, Centro Libros PAFP, S.L.U., p. 35, primera edición 2013 España
- Scolari, C. A. (2014). Don Quixote of La Mancha: Transmedia storytelling in the grey zone. *International Journal of Communication*
- Scolari, C., y Establés, M. (2017). El ministerio transmedia: expansiones narrativas y culturas participativas. *Palabra Clave*, 20(4), 1008-1041.
- Klastrup, L. & Tosca, S.P. (2004). Transmedial Worlds—rethinking cyberworld design. En *Proceedings International Conference on Cyberworlds 2004*, 409-413.
- Wagmeister, E. (2017, 21 de abril). Netflix's '13 Reasons Why' Is Most Tweeted About Show of 2017.