



CREATIVIDAD Y TECNOLOGÍA: ESTRUCTURAS NARRATIVAS ILIMITADAS EN LA CREACIÓN DE MUNDOS TRANSMEDIALES

NURIA GISPERT DE CHIA ¹

¹ Universitat Abat Oliva CEU, España

PALABRAS CLAVE

*Co-Creación
Construcción de Mundos
Convergencia de Medios
Fandom
Mundos Ficcionales
Narrativa Transmedia
Transmedia*

RESUMEN

En la convergencia de la tecnología y la narrativa, los mundos transmedia se erigen como universos sin límites, ofreciendo a las audiencias experiencias narrativas ricas y multidimensionales que trascienden las plataformas tradicionales. Este estudio ofrece una visión actualizada de estos mundos, examinando su complejidad y métodos de construcción y proporcionando una síntesis de teorías y prácticas narrativas digitales. Además, el estudio explora las posibilidades de los universos transmedia y examina su adaptación y evolución ante los cambios tecnológicos y culturales, revelando la sinergia entre la creatividad y la tecnología que permite a creadores y audiencias co-crear universos narrativos expansivos.

Recibido: 27 / 07 / 2024

Aceptado: 30 / 09 / 2024

1. Introducción

En la confluencia de la tecnología y la narrativa emergen los mundos transmediales, espacios ilimitados de narrativa y creatividad que al no estar confinados por las limitaciones tradicionales de los medios de comunicación, ofrecen experiencias más ricas y multidimensionales. Kinder (1991) introduce el concepto de *transmedia intertextuality* identificando una práctica narrativa que permitía a los espectadores jóvenes entrelazar y navegar a través de géneros y medios diversos (películas, televisión, cómics, anuncios, videojuegos y juguetes) y que facilitaba a los espectadores una identificación e involucración más profunda con los personajes y la narrativa indicando ya en aquel entonces, que un uso creativo de la intertextualidad transmedia, podía servir como una «powerful strategy for survival and to forestall obsolescence and death» (p. 50,83). Años más tarde, Jenkins (2003) establecía el concepto de *transmedia storytelling*, marcando el inicio de una evolución histórica de la narrativa transmedia y generando un debate que continúa impulsando la investigación académica y la innovación creativa en este campo.

Esta evolución de la narrativa transmedia se ha convertido en una respuesta a una necesidad humana fundamental, ya que, tal y como afirma el célebre guionista McKee (2003), las historias «satisfacen una profunda necesidad humana de captar los patrones de la vida, no simplemente como ejercicio intelectual, sino enmarcado dentro de una experiencia muy personal y emocional» (p. 69). La narrativa transmedia se inscribe así en la búsqueda humana de significado y conexión emocional con el mundo que nos rodea.

No es simplemente una cuestión de tecnología o narrativa en sí misma, sino de cómo la interacción entre ambas puede amplificar y enriquecer la experiencia humana de contar y vivir historias a través de los mundos ficcionales de Jenkins, de los cuales este autor, aunque resalta la importancia del concepto de mundo en las narrativas al afirmar que el *transmedia storytelling* «is the art of world making» (Jenkins, 2006, p. 21), no profundiza en cómo se ajusta este concepto al fenómeno transmedia, dejando a otros académicos un amplio espacio para proponer diversas conceptualizaciones para definir y describir la naturaleza y la dinámica de los mundos transmediales (Rosendo Sánchez, 2016).

Jenkins ejerce una influencia decisiva creando el debate sobre la convergencia de medios y la narrativa transmedia, destacando el cambio en el consumo mediático y la necesidad de cooperación entre diversas plataformas. Resalta cómo el dominio de conglomerados ha repercutido en la producción y consumo de contenido mediático y cómo, en esta era de convergencia tecnológica y cambios en la propiedad, se está reconfigurando la interacción entre productores y consumidores.

En los últimos 20 años, la ecología de los medios ha experimentado cambios profundos caracterizados por una mayor cantidad de medios y plataformas y por una proliferación de narrativas e interacciones. Hoy en día, las redes sociales y las comunidades de fans son más globales y fragmentadas, lo que provoca que en el panorama mediático contemporáneo la narrativa transmedia no solo sea más visible, sino que sea uno de los fenómenos más interesantes para los investigadores y profesionales de los medios (Scolari, 2014). Este auge de la narrativa transmedia ha desencadenado también intenso debate multidisciplinario, extendiéndose a otras áreas académicas como la semiótica, la educación y la política, entre otras. Estudiar la transmedia es, por tanto, estudiar cómo la narrativa puede fomentar una participación activa y una co-creación significativa, proporcionando un marco a la forma en que las personas encuentran significado en su interacción con los medios.

En este contexto de convergencia y evolución narrativa, este artículo se propone profundizar en la comprensión de los mundos transmedia, descifrando cómo la interacción entre tecnología y narrativa puede generar experiencias narrativas que son inherentemente participativas y multidimensionales, demostrando la trascendencia de la colaboración entre creatividad y tecnología. En última instancia, aspiramos a proporcionar nuevas perspectivas que fomenten un diálogo productivo sobre el futuro de la narrativa transmedia y su papel en la reconfiguración de nuestro paisaje mediático y cultural en el siglo XXI.

2. Metodología

La metodología adoptada para este artículo se ha enfocado en una exploración exhaustiva de la confluencia entre tecnología y narrativa en el ámbito de las narrativas transmediales. Para ello, se ha realizado un profundo análisis bibliográfico que ha abarcado desde los fundamentos teóricos del *transmedia storytelling*, introducidos por pioneros como Kinder y Jenkins, hasta las investigaciones más

recientes de Scolari, Freire y otros académicos que examinan la construcción y estructura de los mundos transmediales y su evolución y dinámicas específicas. Este recorrido teórico ha incluido la revisión de conceptos clave como el de mundo ficcional, la participación activa del público y la co-creación en la expansión de narrativas a través de múltiples plataformas mediáticas.

También se aborda la construcción y estructura de los mundos transmediales, destacando cómo la teoría ha evolucionado para incluir conceptos como la *negative capability* y los *migratory cues*, que fomentan una contribución activa del consumidor en la expansión de estas narrativas a través de múltiples plataformas. Este análisis se enriquece con la discusión sobre la importancia de los paratextos y la coherencia intertextual para la profundidad y expansión de los universos narrativos.

3. Desarrollo

3.1. Fundamentos teóricos de la narrativa transmedia

Los conceptos *storyworld* y *storybuilding* (creación de mundos) se edifican sobre la base de los principios teóricos del *transmedia storytelling*, por lo que consideramos esencial una breve revisión de estos antes de la exploración y análisis de las dinámicas más detalladas y específicas de estos marcos narrativos dentro del campo de este estudio.

Para contextualizar los fundamentos teóricos del *transmedia storytelling*, es esencial referirse al término *transmedia intertextuality*, acuñado por Kinder (1991). Esta idea se desarrolló posteriormente con el trabajo de Jenkins (2003) y Scolari (2009), al explorar cómo las narrativas transmedia articulan una jerarquía de valores a través de diferentes medios. Esta construcción de mundos mediante la transmedialidad no solo promueve una comprensión aditiva (Jenkins, 2006), sino que también fomenta una reflexión crítica sobre el alcance del término *transmedia storytelling* como discute Long (2007) que insta a diferenciar entre las contribuciones que directamente amplían la narrativa y aquellas que no.

La convergencia de la narrativa y la tecnología en el dominio transmedia está redibujando los contornos de la interacción mediática. En esta arena, los fundamentos teóricos propuestos por Jenkins y Scolari establecen las bases para una participación narrativa expansiva y enriquecedora. Jenkins, con su concepto seminal de narrativa transmedia, explica cómo «each medium does what it does best» (2003) permitiendo que una historia se despliegue y ramifique a través de medios diversos, donde cada uno aprovecha sus fortalezas únicas para contar una faceta del relato global.

El tejido de la narrativa transmedia, sostenido por el intercambio entre los diversos medios, no solo es el resultado de la creatividad de los creadores de contenido, sino también de la participación activa y creativa de los consumidores o «prosumidores». Esta dinámica creativa, donde el público se convierte en componente esencial del desarrollo narrativo, es crucial en la era digital (Scolari, 2008). En esta fusión creativa, el *fandom* emerge como un elemento clave, ejemplificado en personajes como Conan, cuya identidad es configurada de manera decisiva por sus seguidores, demostrando la sinergia entre la creatividad del público y la narrativa (Bertetti, 2014).

En términos de disponibilidad y expansión, Gosciola & Tagé Verissimo Ribeiro (2018) señalan la importancia de la accesibilidad del contenido, lo que implica que las historias deben llegar al espectador en todas las formas posibles. Esta disponibilidad, a su vez, será la que fomente los entornos colaborativos, dando poder a los ciudadanos comunes y transformando la interacción entre las marcas políticas y el público en la era digital (Moya, 2020). Scolari (2014) profundiza en esta visión con un enfoque semio-narrativo, apuntando que lo trascendental en la narrativa transmedia no es tanto el origen de las historias, sino cómo las diferentes partes se interrelacionan y funcionan juntas. Este enfoque es compartido por Halwani (2022) quien ve en la interconexión de pequeñas partes de una historia la posibilidad de crear una narración más rica y atractiva.

En esencia, la narrativa transmedia entrelaza un complejo entramado de historias multidimensionales, reconociendo y valorando la participación activa de los usuarios, fomentando la colaboración en la expansión de universos narrativos detallados. Este enfoque trasciende las fronteras convencionales entre el espectador y el creador, dando paso a un universo de posibilidades creativas ilimitadas.

3.2. Fundamentos teóricos y evolución de los mundos transmedia

En el campo de los estudios transmedia, Jenkins (2003) introdujo el concepto de *fictional world*, subrayando la importancia de un mundo narrativo consistente más allá del argumento y los personajes. Sin embargo, no profundizó en los elementos que configuran estos mundos ficticios en la narrativa transmedia, desarrollando menos la estructura interna y los componentes específicos que conforman estos mundos y centrándose más en los aspectos teóricos y críticos de la expansión de la narrativa a través de múltiples plataformas y medios. (Rosendo Sánchez, 2016).

La comprensión del concepto de mundo transmedia ha avanzado con el tiempo a raíz de las contribuciones de distintos académicos que se han interesado en precisar su definición; Scolari (2014) se centra en cómo se construye mentalmente el mundo transmedial, considerando que

A transmedial world is more than a specific story, although its properties are usually communicated through storytelling [...] Transmedia storytelling can be seen as a social narrative practice while transmedial worlds are a social text-based interpretative construction situated at a cognitive level. (p. 2384)

sugiriendo que los mundos transmediales van más allá de contar una historia concreta si no que son experiencias narrativas complejas que implican una interpretación profunda por parte del consumidor y que están arraigadas en la cognición social. Atarama-Rojas (2019) incluye en el mundo transmedial todas las historias contadas dentro del mismo, subrayando el contenido generado por usuarios, lo que Scolari (2009) identifica como esencial para la expansión de estrategias del mundo ficticio.

Uno de los trabajos recientes más exhaustivos ha sido el elaborado por Freire-Sánchez et al. (2023) donde afirman que no toda la narrativa transmedia cualifica como un universo narrativo transmedia así como que

es posible afirmar que los universos narrativos transmedia son un ente mayor a un mundo transmedia o transmediático, que pasa por la construcción literaria de un código y un gran relato que enriquece a un conjunto de mundos, cada uno de ellos con su propia historia independiente (*storyworld*). Sin embargo, un universo narrativo no es lo mismo que un multiverso, el cual contempla diferentes líneas de tiempo o dimensiones temporales, por lo que presentará a unos personajes en diferentes épocas o dimensiones, viviendo diferentes vidas e independientes de sus otros yo. (p. 19)

3.3. Construcción y estructura de mundos transmediales

La teoría de Jenkins ha evolucionado para abordar la construcción y estructura de los mundos transmedia. Con el tiempo, esta teoría se ha enriquecido con las aportaciones de académicos como Long (2007) quien argumentó que el *transmedia storytelling* debe impulsar el crecimiento del universo narrativo para calificar como parte integral de una narrativa transmedia, estableciendo la diferencia entre transmedia dura y blanda y proponiendo clasificaciones de acuerdo a la naturaleza y el momento en que ocurre dicha transmediación.

Bajo la necesidad de teorizar conceptos sobre la complejidad de la construcción de los mundos narrativos, Ruppel (2005) y Long (2007) introducen teorías como *negative capability* y *migratory cues*, que fomentan la participación activa del público en la expansión de narrativas a través de múltiples plataformas mediáticas. Esta noción de interacción se complementa con el trabajo de Herrmann & Herbig (2018) que exploran cómo las narrativas se enriquecen mediante el diálogo entre el público y las referencias intertextuales entre diversos universos narrativos. Por otra parte, Brummitt (2018) impugna la perspectiva anterior de Genette sobre los paratextos como materiales subsidiarios, corrigiendo que estos elementos no solo añaden dimensiones a una historia, sino que son instrumentales en conformar nuestra comprensión del mundo narrativo y en forjar conexiones entre la ficción y la realidad.

La importancia de la conexión entre distintas narrativas y plataformas, culmina en estructuras transmedia cohesivas, como la del Marvel Cinematic Universe (MCU) del que Menard (2015) destaca la interconectividad de cada entrega independiente, proporcionando a las audiencias una experiencia más valiosa, mientras que Ciammella et al. (2019) subrayan que la efectiva interrelación de diferentes medios y lenguajes narrativos es esencial para la expansión exitosa de una historia transmedia.

Como se ha dicho anteriormente, la construcción de mundos transmediales, conocida como *world-building*, es crucial en la narrativa para crear universos detallados y coherentes. Bertetti (2014) ilustra que esta técnica, presente desde los relatos *pulp* de Conan, ha evolucionado con el tiempo, y autores como Tolkien y Lovecraft han sido reconocidos por su profundo compromiso con el *world-building*, o *subcreation*, en

palabras del primero. Brummitt (2018) examina cómo el *wizarding world* se ha expandido más allá de sus textos y películas originales a través de una variedad de textos y líneas temporales. Este proceso es similar a las técnicas aplicadas en la expansión del universo de Star Wars, cuyo desarrollo narrativo y la creación de su cosmos se vieron influenciados por West End Games' Star Wars: The Roleplaying Game, tal y como lo describe Bestor (2021).

Paratextos como Pottermore y los parques temáticos, identificados por Brummitt (2018) en Harry Potter, no son meros añadidos sino que potencian la narrativa principal, ofreciendo una experiencia más rica y conectada. Este enfoque de la construcción de mundos transmediales no solo busca la coherencia y el detalle en la creación de entornos narrativos, sino que también busca generar una experiencia inmersiva y completa para el espectador, un proceso que se ha perfeccionado y expandido en la narrativa moderna a través de la colaboración entre diversos medios y la participación activa de las audiencias.

La continuidad y coherencia son esenciales en la construcción de mundos transmediales ya que aseguran que a pesar de la expansión a través de distintos medios y episodios, el núcleo narrativo permanezca intacto. Menard (2015) subraya la importancia de esta continuidad en el Universo Cinematográfico de Marvel, donde se extiende más allá de las simples entregas cruzadas de medios y entra en la estructura proporcionada por las organizaciones ficticias dentro de las historias, contribuyendo tanto a la estructura como a la continuidad del mundo narrativo transmedial. Sin embargo, este principio de mantener la coherencia de la narrativa a lo largo de variados formatos y medios no es exclusivo de las producciones contemporáneas, como lo demuestra la aplicación de reglas similares en las sagas clásicas de Conan; aunque cada medio —libros y cómics— seguía su propia guía de coherencia, la estrategia resaltaba un enfoque consciente y deliberado en la continuidad mediática, permitiendo al mismo tiempo la flexibilidad necesaria para adaptarse a cada formato específico (Bertetti, 2014).

Por su parte, Bestor (2021) resalta la importancia de una cuidadosa supervisión narrativa, con una selección estratégica de contenido y una atenta supervisión de la historia. Este enfoque garantiza que cada elemento añadido o retirado de la narrativa contribuya significativamente al objetivo global de la historia y mantenga su coherencia.

En conjunto, estos estudios sugieren un panorama transmedia en el que la participación y la coherencia intertextual son fundamentales para la profundidad y expansión de los universos narrativos.

3.4. Creatividad y tecnología en la creación de mundos transmediales

La fusión de creatividad y tecnología en la concepción de mundos transmediales, marcada por la icónica declaración de McLuhan de que el medio es el mensaje (McLuhan, 1994) ha evolucionado hasta convertirse en un campo crítico de la narrativa contemporánea. Hoy, la multiplicidad de plataformas redefine la interacción, ampliando la visión de McLuhan sobre cómo los medios afectan la percepción y la interacción con la realidad.

Siguiendo esta evolución, Ciammella et al. (2019) argumentan cómo las características tecnológicas, culturales, productivas y distributivas de los medios moldean los proyectos transmedia y afectan la percepción del usuario, hasta el punto de que «ci restituiscono uno schema della dimensione dell'ambiente formato dai Transmedia Screen» (p. 105) influyendo en la manera en la que experimentan y dan sentido a la narrativa dentro de ese entorno mediático.

Este cambio paradigmático es aún más evidente cuando se considera la influencia del recurso de la allotopía y de los fundamentos filosóficos en la creación de mundos narrativos. Maj (2019) observa «the tendency to create the storyworld prior to the storyline – as a 'matrix for possible narratives'» (p. 151) sugiriendo que el desarrollo de la trama ahora se sitúa en un escenario más amplio donde, utilizando las nuevas posibilidades tecnológicas, la historia puede desarrollarse en diversas direcciones. Esta misma tecnología permite que las comunidades en línea puedan, desafiando las teorías semióticas tradicionales, alterar y evolucionar los mundos posibles mediante conversaciones globales, lo que constata que el significado ya no surge solo de interpretaciones individuales, si no colectivas (Scolari, 2013).

Scholz (2020) invita a una reflexión crítica sobre la narración en mundos ficticios construidos minuciosamente, señalando que la teoría de la construcción de mundos se ha centrado en la invención de elementos y su relación con el mundo real pero descuidando explorar cómo estos mundos son presentados dentro de la narrativa. Enfocarse en los aspectos dinámicos de estos mundos ofrece, según el autor, nuevas perspectivas para analizar cómo las historias logran transmitir sus universos, siendo clave para comprender cómo el público otorga significado a estos universos ficticios.

Este análisis nos lleva a una comprensión más profunda del impacto de la tecnología en la narrativa transmedia que nos revela que esta no solo ha ampliado la variedad de herramientas disponibles para contar historias, sino que también ha transformado la manera en que las audiencias interactúan y aportan a estas narrativas. Esta dinámica ha dado lugar a una narrativa rica y compleja que se nutre tanto por la innovación de los creadores como por el involucramiento activo de las comunidades a nivel global, dando lugar a una evolución significativa de la narrativa en la era digital.

3.5. Los personajes en los mundos transmediales

La mitología de Superman ha ido evolucionando a través del tiempo, absorbiendo los elementos propios de los nuevos medios en los que ha aparecido para mantener su relevancia y dinamismo en la cultura popular, un proceso que Jenkins et al. (2013) describen como vital para mantener al personaje vivo en la imaginación de su audiencia, aunque esta renovación constante, no sea exclusiva de la narrativa transmedia tal y como apunta Bertetti (2014). Esta evolución puede involucrar también aprender más detalles sobre ellos, e incluso, de los que no son el foco de la historia (Howard, 2013) y debe tener una conexión orgánica con la expansión de los mundos para dar coherencia a los relatos, para que, mientras el universo se amplía, los personajes crezcan de manera integrada (Kim & Kim, 2022).

Vidal-Mestre et al. (2023) complementan estas valoraciones desde el punto de vista de la unicidad de los personajes, argumentando que «los personajes deben estar contruidos con base en un arco de evolución y deben poseer un punto diferencial del que surja su relato personal» (p. 18). Piñeiro-Otero (2020) respalda esta afirmación al constatar que en la franquicia de Flash Gordon, son los personajes distintivos los que actúan como pilares para el desarrollo de las diversas historias.

3.6. Diversidad de medios y expansión transmedia

La transmedia tiene un gran aliado en el super-héroe, que como hemos visto anteriormente tiene la habilidad de evolucionar sus personajes permitiendo que las franquicias se expandan y trasciendan sus medios originales, creando así un sistema de narrativas sólido y multidimensional (Jenkins et al., 2013). Este proceso se ve fortalecido por la diversificación de plataformas, ilustrado por el desarrollo transmedia de franquicias como Harry Potter, que según Brummitt (2018) han pasado de apoyarse en paratextos a fomentar un universo transmedia activo. Incluso League of Legends, originalmente un MOBA sin un fuerte enfoque narrativo, ha logrado construir una narrativa transmedia exitosa gracias a su arte distintivo y estrategias de difusión, demostrando así que una historia coherente puede prosperar en una amplia gama de plataformas y tipos de contenido al ajustarse a las particularidades específicas de cada medio y contexto (Kim & Kim, 2022). Asimismo, en esta expansión, no solo se amplían las historias y personajes, sino también los temas centrales, creando un diálogo más amplio con la audiencia y permitiendo una diversidad de representación y profundidad que antes no era posible (Javanshir, 2021).

En el ámbito de los videojuegos, como analiza Bestor (2021) en su estudio sobre el universo de Star Wars, la integración de narrativas pasadas suma profundidad y cohesión, permitiendo que todas las extensiones narrativas se potencien recíprocamente. Al mismo tiempo, este enfoque, nutrido por la retroalimentación de los seguidores, muestra cómo las narrativas transmedia pueden adaptarse y mantener su relevancia con el tiempo.

3.7. Estética y coherencia narrativa

La coherencia y la planificación cuidadosa son esenciales en el desarrollo de narrativas transmedia. Long (2007) subraya la importancia de una estructuración minuciosa para que cada extensión narrativa se alinee con el arco argumental global, mientras que Veugen (2016) destaca cómo la colaboración entre plataformas asegura que las historias mantengan una cohesión interna y una experiencia inmersiva para el público. Juntas, estas aproximaciones permiten que todas las entregas narrativas contribuyan al desarrollo del universo, proporcionando una experiencia enriquecida y coherente.

La narrativa transmedia se enriquece a través del concepto de historia macro, que, según Howard (2013) despliega una visión integral del universo ficticio, motivando al público a entrelazar distintas historias y descubrir sus profundas conexiones. Este entrelazado de relatos se profundiza con el desarrollo del escenario, detallado por el mismo autor, donde la introducción a espacios nuevos dentro del mundo narrativo amplía y enriquece la experiencia del espectador. Junto a ello, Howard resalta la importancia de las historias micro, que agregan una capa extra de detalle y profundidad, invitando a los seguidores a sumergirse

en los matices de la trama y a conectarse más estrechamente con la historia, potenciando así la inmersión y el vínculo emocional con la narrativa. Ciammella et al. (2019) se refieren a estas macro-historias como delineadoras de arcos extensos que nutren y dan coherencia al mundo transmedia proporcionando un marco para las historias intersticiales que detallan los pormenores entre los sucesos principales, ampliando la exploración del universo.

Menard (2015) subraya la importancia de las conexiones entre entregas que sirven de puentes entre eventos y que profundizan la comprensión del público al permitir la anticipación de desarrollos futuros en la narrativa. Este concepto es ampliado por Herrmann & Herbig (2018) al implicar que las conexiones también pueden venir de narrativas externas a su universo inmediato. Estas referencias cruzadas son un reconocimiento de que las narrativas no son entidades aisladas sino que existen en un diálogo constante con otras historias, personajes y universos, enriqueciendo mutuamente la experiencia narrativa global.

Por lo tanto, en el desarrollo de narrativas transmedia, la coherencia entre plataformas y la planificación cuidadosa son esenciales para mantener la integridad estética y narrativa del universo. Al asegurar que cada extensión se alinee con el arco global, se crea una experiencia cohesiva y rica que permite a las audiencias conectar de manera más profunda con la historia y sus personajes.

3.8. Participación y sinergia transmedia

Como hemos mencionado previamente, la narrativa transmedia, según argumenta Jenkins (2006) en *Convergence Culture*, convierte a los consumidores en co-creadores activos, llevándolos a asumir roles de cazadores y recolectores en un proceso colaborativo que amplía y enriquece las narrativas existentes. Jenkins identifica esta sinergia como una forma de inteligencia colectiva, resaltando la importancia de la cooperación y el esfuerzo compartido como pilares de las emergentes comunidades de conocimiento.

La participación del usuario y la generación de contenido (UGC por sus siglas en inglés) resulta una parte también esencial en la construcción y expansión de universos narrativos de la que se enriquecen las narrativas transmedia. Según Herrmann & Herbig (2018), esta interacción no solo promueve un mayor compromiso por parte de los consumidores de los medios sino que también da lugar a narrativas emergentes y salvajes, como las descritas por Moloney (2020). Walden (2019) establece la importancia de la contribución adicional, sea por parte de los usuarios o de otros medios, para crear una experiencia de mundo secundario que sea percibida como completa y cohesiva.

Desde la publicación de *Convergence Culture* de Jenkins en 2006, el papel del consumidor en la creación de contenido ha sido ampliamente estudiado. Norrington (2010) reconoce la evolución del espectador hacia un rol más interactivo y creativo, atribuyéndole la capacidad de influir y modificar la narrativa, evidenciando una disminución de las barreras entre ficción y realidad, trascendiendo así la tradicional cuarta pared. A su vez, Quintas-Froufe & González-Neira (2014) introducen el término de *social audience* como resultado de la combinación de redes sociales, segundas pantallas y televisión que ha dado origen a una nueva relación entre los espectadores y sus televisores, alterando para siempre los roles tradicionales en el paradigma de la comunicación.

La convergencia mediática, para Zaluczkowska & Robinson (2013) es una forma de unificar el mundo entero de medios en un solo lugar, brindándole al público todas las oportunidades de ser parte de la historia, lo que en opinión de Moya (2020) los convierte en inversores emocionales y posibilita que los fans se muevan más allá del mero entretenimiento hacia un compromiso político y activismo social efectivo. Atarama-Rojas (2019) y de la Torre-Espinosa (2019) también coinciden en que la narrativa transmedia va más allá de contar historias, al influir en la realidad mediante la activación de la audiencia. En este sentido, los documentales transmedia, según Atarama-Rojas, son herramientas clave que fomentan la interactividad y participación significativa del usuario, no solo complementando la historia sino también vinculándola con acciones reales. Este papel estratégico del *fandom* es crucial para Moya (2020) y Ciammella (2022) que observan como se convierte la empatía en activismo, permitiendo que los usuarios contribuyan significativamente al arco narrativo amplio y emocional. La co-creación de la audiencia requiere también una estrategia planificada como sugieren Fast & Örnebring (2017).

El punto crítico en torno a la audiencia y a la co-creación en la narrativa transmedia lo destaca Kustritz (2022) poniendo de relieve que aunque esta narrativa ofrece a los espectadores una exploración más detallada y extensa de sus mundos ficticios a veces este enfoque puede crear barreras que fragmentan a la audiencia en vez de unirla, al separar y aislar a los espectadores en realidades alternativas determinadas demográficamente.

4. Conclusiones

La narrativa transmedia ha evolucionado como respuesta a una necesidad humana fundamental de entender patrones de vida a través de historias ricas y emocionales. La narrativa transmedia no es meramente un ejercicio de tecnología o narrativa, sino un medio para enriquecer la experiencia humana mediante la construcción de mundos ficcionales. Este trabajo aporta una reflexión crítica sobre el desarrollo, la participación y el impacto de la narrativa transmedia en la construcción de mundos, proponiendo que más allá de ser una colección de historias dispersas, constituye un fenómeno cultural que remodela la experiencia narrativa y la relación entre creadores y audiencia.

Podemos determinar que la participación del usuario y la generación de contenido son piezas clave en la narrativa transmedia, actuando como catalizadores para la evolución de las historias y ofreciendo a las audiencias no solo un papel de espectador sino también de co-creador. La transición del *fandom* de espectadores pasivos a socios creativos se ha convertido en un elemento esencial en la expansión y el enriquecimiento de los universos narrativos, lo cual refuerza la importancia de estrategias que permitan una mayor inclusión y diversificación en la participación, también inaugura a su vez una vía innovadora hacia una narrativa transmedia que promueve en mayor medida el activismo, tanto político como social, ampliando así el espectro de influencia de estas comunidades en la esfera pública. Esta nueva dinámica reconfigura el panorama de la narrativa y desafía los límites tradicionales de la autoría y la propiedad intelectual, estableciendo un diálogo continuo entre creadores y público que fortalece y revitaliza continuamente los universos narrativos.

La tecnología ha reconfigurado las herramientas narrativas, ampliando las posibilidades para la creatividad y participación de las audiencias, haciendo que la experiencia sea más inmersiva y participativa. Esta mecánica pone de relieve el doble filo de la participación del público, que, por un lado enriquece con esta interactividad la narrativa y por otro, plantea desafíos relacionados con la coherencia narrativa. Esta libertad creativa debe operar dentro de un marco estructurado, adhiriéndose a un canon establecido y a una planificación estratégica, asegurándose de que cada nueva adición debe encajar dentro de la narrativa de manera coherente y conectada al universo ya creado, con la finalidad de preservar la coherencia del mundo narrativo y garantizar que la expansión transmedia no comprometa su integridad. Mantener esta disciplina es esencial para proteger su integridad y garantizar que la expansión transmedia no solo amplíe la historia, sino que lo haga sin comprometer su coherencia ni la fidelidad del público. En este equilibrio entre la creatividad y la tradición, se encuentra la clave para el futuro de la narrativa transmedia, asegurando que sus extensiones sirvan al propósito mayor de la historia y contribuyan significativamente al tejido del universo narrativo compartido.

A pesar de la promesa de la narrativa transmedia de crear mundos más amplios y ricos para una experiencia más inclusiva y profunda, a menudo se corre el riesgo de fragmentar y aislar a la audiencia (Kustritz, 2022). La autora aborda la crítica de cómo las redes transmedia pueden terminar creando realidades alternativas determinadas demográficamente, permitiendo que las audiencias de los medios masivos y las audiencias de las extensiones transmedia de nicho vivan en mundos narrativos completamente diferentes, lo que sugiere que en lugar de unificar a los espectadores dentro de un universo compartido, puede haber una segmentación o incluso una especie de segregación basada en intereses específicos, que contradice la promesa inclusiva y democrática de la narrativa transmedia.

Aunque la investigación en narrativa transmedia se ha enfocado en la relación entre la ficción y el mundo real y en la interacción de los fans con estos elementos, ha descuidado en gran parte el análisis de cómo se presentan estos mundos y cómo se percibe la narrativa. Se requiere un estudio más profundo sobre la manera en que se narran las historias, los elementos y técnicas narrativas que se aplican así como el impacto que tienen en la inmersión y respuesta del público. Este análisis debería abarcar el diseño narrativo, la arquitectura de la información y la usabilidad de las plataformas de narración, así como la experiencia subjetiva de los usuarios al interactuar con los distintos elementos transmedia.

Hay un énfasis en la tecnología y la mecánica operativa, pero se descuidan los modelos de construcción de mundos de éxito. En el terreno psicológico, comprender qué mundos ficticios atraen al *fandom* es crucial; este conocimiento podría revelar cómo diseñar experiencias transmedia que fomenten una participación más profunda y prolongada de las comunidades de seguidores y cómo estas preferencias impactan la continuidad y el desarrollo de la narrativa transmedia.

Referencias

- Atarama-Rojas, T. (2019). Transmedia Storytelling and Construction of Fictional Worlds: Aliados Series as Case Study. *Correspondencias & Análisis*, 9, 37-50. <https://doi.org/10.24265/cian.2019.n9.02>
- Bertetti, P. (2014). Conan the Barbarian: Transmedia Adventures of a Pulp Hero. En C. A. Scolari, M. Freeman, & P. Bertetti (Eds.), *Transmedia Archaeology: Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics and Pulp Magazines* (pp. 15-38). *Palgrave Pivot*. https://doi.org/10.1057/9781137434371_2
- Bestor, N. (2021). Making and remaking the Galaxy Far, Far Away Transmedia worldbuilding and Star Wars: The Roleplaying Game. *Science Fiction Film and Television*, 14(2), 145-168. <https://doi.org/10.3828/sfftv.2021.11>
- Brummitt, C. (2018). «Harry Potter and the Transmedia Wizarding World»: Paratexts of the Harry Potter franchise, 2011-17. <https://core.ac.uk/download/pdf/228189318.pdf>
- Ciammella, F. (2022). Creative practices and transmedia propaganda at the time of hybrid warfare: The Ghost of Kyiv case. *H-ERMES-JOURNAL OF COMMUNICATION*, 22, 87-108. <https://doi.org/10.1285/i22840753n22p87>
- Ciammella, F., Ciofalo, G., & Leonzi, S. (2019). "It's a trap". Transmedia Screen-Storytelling: Dall'esperienza immersiva all'interattività partecipativa. *H-ermes. Journal of Communication*. <https://doi.org/10.1285/I22840753N15P89>
- de la Torre-Espinosa, M. (2019). REFLECTING WORLDS: NOTION OF TRANSMEDIA WORLD APPLIED TO THE DOCUMENTARY GENRE. *ARBOR-CIENCIA PENSAMIENTO Y CULTURA*, 195(794). <https://doi.org/10.3989/arbor.2019.794n4003>
- Fast, K., & Örnebring, H. (2017). Transmedia world-building: The Shadow (1931–present) and Transformers (1984–present). *International Journal of Cultural Studies*, 20(6), 636-652. <https://doi.org/10.1177/1367877915605887>
- Freire-Sánchez, A., Vidal-Mestre, M., & Gracia-Mercadé, C. (2023). La revisión del universo narrativo transmedia desde la perspectiva de los elementos que lo integran: Storyworlds, multiversos y narrativas mixtas. *Austral Comunicación*, 12(01). <https://doi.org/10.26422/aucom.2023.1201.frei>
- Gosciola, V., & Tagé Verissimo Ribeiro, M. (2018). Mediatización por los jóvenes en la expansión narrativa del Universo Cinemático Marvel. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, 137, 111-128. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16057171014>
- Halwani, F. (2022). NARRATIVES OF ENFOLDMENT: MULTI-LINEAR AND PARAFICTIONAL STORYTELLING IN MEDIA ART. *International Journal of Film and Media Arts*, 7(2), 98-109. <https://doi.org/10.24140/ijfma.v7.n2.05>
- Herrmann, A. F., & Herbig, A. (2018). Returning to Kolchak: Polymediated Narrative, Discourse, and Supernatural Drama. *International Journal of Communication*, 12, 222-240. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/7827/2224>
- Howard, H. (2013). *Make Your Story Really Stinkin Big*. Michael Wiese Productions.
- Javanshir, R. (2021). *Revealing Structures in Transmedia Storytelling for the Purposes of Analysis and Classification*. [University of Southampton]. <https://eprints.soton.ac.uk/473550/>
- Jenkins, H. (2003, enero). *Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling*. MIT Technology Review. <https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York University Press.
- Kim, E.-J., & Kim, J. Y. (2022). Transmedia Storytelling through Digital Game IP in the League of Legends. *Journal of Next-generation Convergence Information Services Technology*, 11(2), 149-162. <https://doi.org/10.29056/jncist.2022.04.04>
- Kinder, M. (1991). *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. University of California Press.
- Kustritz, A. (2022). Transmediating difference: Fictional filter bubbles and transmedia storytelling. *Convergence*, 28(3), 699-713. <https://doi.org/10.1177/13548565211029724>

- Long, G. A. (2007). *Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company* [Massachusetts Institute of Technology]. <http://dspace.mit.edu/handle/1721.1/39152>
- Maj, K. M. (2019). *From two-worldliness to allotopia: Towards philosophico-literary approach to world-building narratives*. En *Dialectics of Space and Place across Virtual and Corpor. Topogr.* (pp. 151-164). Brill. <https://brill.com/display/book/edcoll/9781848885103/BP000015.xml>
- McKee, R. (2003). Narraciones que conmueven a las personas: Una conversación con Robert McKee, «coach» de guionistas. *Harvard Deusto business review*, 117, 68-74. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=751671>
- McLuhan, M. (1994). *Understanding media: The extensions of man*. MIT Press.
- Menard, D. (2015). *Entertainment Assembled: The Marvel Cinematic Universe, a Case Study in Transmedia*. [Liberty University]. <https://digitalcommons.liberty.edu/masters/354/>
- Moloney, K. (2020). All the News That's Fit to Push: The New York Times Company and Transmedia Daily News. *International Journal of Communication*, 14, 4683-4702. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/15270>
- Moya, E. (2020). Transmedia and New Politics. *ISEGORÍA*, 62, 55-74. <https://doi.org/10.3989/isegoria.2020.062.03>
- Norrington, A. (2010). Harnessing «e» in storyworlds: Engage, enhance, experience, entertain. *Publishing Research Quarterly*, 26(2), 96-105. <https://doi.org/10.1007/s12109-010-9161-8>
- Piñeiro-Otero, T. (2020). Flash Gordon. La expansión del héroe intergaláctico como ejemplo de arqueología transmedia. *Historia y Comunicación Social*, 25(1), 45-56. <https://doi.org/10.5209/hics.69226>
- Quintas-Froufe, N., & González-Neira, A. (2014). Active audiences: Social audience participation in television. *Comunicar*, 22(43), 83-90. <https://doi.org/10.3916/C43-2014-08>
- Rosendo Sánchez, N. (2016). Mundos transmediales: Revisión conceptual y perspectivas teóricas del arte de crear mundos. *Transmedial Worlds: Conceptual Review and Theoretical Approaches on the Art of Worldmaking.*, 14(1), 49-70. <https://doi.org/10.7195/ri14.v14i1.930>
- Ruppel, M. (2005). Learning to Speak Braille: Convergence, Divergence and Cross-Sited Narratives.
- Scholz, T. P. (2020). *Thomas Scholz discusses his dissertation on the concept of world-building, co-chaired by Prof. Burnett* [Comparative Literature]. <https://complit.wustl.edu/news/thomas-scholz-discusses-his-dissertation-concept-world-building-co-chaired-prof-burnett>
- Scolari, C. (2008). Online brands: Branding, possible worlds, and interactive grammars. *Semiotica*, 169. <https://doi.org/10.1515/SEM.2008.030>
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication*, 3, 586-606. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/477>
- Scolari, C. A. (2013). Lostology: Transmedia storytelling and expansion/compression strategies. *Semiotica*, 2013(195), 45-68. <https://doi.org/10.1515/sem-2013-0038>
- Scolari, C. A. (2014). Don quixote of La Mancha: Transmedia storytelling in the grey zone. *International Journal of Communication*, 8(1), 2382-2408. <https://www.scopus.com/inward/>
- Veugen, C. (2016). Assassin's creed and transmedia storytelling. *International Journal of Gaming and Computer-Mediated Simulations*, 8(2), 1-19. <https://doi.org/10.4018/IJGCMS.2016040101>
- Vidal-Mestre, M., Freire-Sánchez, A. F., & Gracia-Mercadé, C. G. (2023). MasterChef s transmedia storytelling universe: A structured narrative model. *Comunicacion y Sociedad (Mexico)*, 2023. <https://doi.org/10.32870/cys.v2023.8428>
- Walden, K. L. (2018). *Film Websites: A Transmedia Archaeology* [University of Hertfordshire]. <https://uhra.herts.ac.uk/bitstream/>
- Zaluczkowska, A., & Robinson, L. (2013). Bolton Storyworld—You make the story? Assessing a transmedia narrative/work in progress. *Journal of Media Practice*, 14(4), 257-277. https://doi.org/10.1386/jmpr.14.4.257_1