

Historias más allá de lo filmado: *Fan fiction* y narrativa transmedia en series de televisión

María del Mar Guerrero Pico

Tesi Doctoral / UPF 2015

Departament de Comunicació

Director de la tesi:

Dr. Carlos Alberto Scolari



A mi madre

RESUMEN

Esta tesis tiene como objeto de estudio el *fan fiction* (historias derivadas escritas por los fans de un producto de la cultura de masas) como modalidad de expansión narrativa de universos ficcionales transmedia originados en series de televisión. Concretamente, se ofrece un acercamiento a la capacidad creativa de los fans en entornos transmedia oficiales, y al *fan fiction* atendiendo a su dimensión textual y práctica a partir del estudio de caso de seis ficciones locales e internacionales: *Águila Roja*, *Game of Thrones*, *Infidels*, *Mistresses*, *Fringe* y *Lost*. Para ello se desarrolla un análisis textual fundamentado en la semiótica y la narratología, bases teóricas y metodológicas que se complementan con técnicas de etnografía digital en el estudio de una comunidad online de *fan fiction*. La utilización de estas metodologías supone un aporte innovador a los *Fan Studies* y las investigaciones sobre narrativa transmedia por los escasos referentes de su aplicación integrada en ambos campos.

ABSTRACT

The object of study of this dissertation is *fan fiction* —derivative stories written by fans of a mass culture product— as a form of narrative expansion in television-based transmedia fictional universes. Specifically, an approach to fans’ creative capacity in official transmedia environments is offered alongside an insight to the textual and practical dimensions of *fan fiction* focusing on the case study of six local and international television series: *Águila Roja*, *Game of Thrones*, *Infidels*, *Mistresses*, *Fringe* and *Lost*. In order to achieve this, a textual analysis drawing on semiotics and narratology is applied. Both theoretical and methodological sources are complemented with digital ethnography techniques in the study of an online *fan fiction* community. The application of these methods posits an innovative contribution to Fan Studies and transmedia storytelling research due to lacking models of their joint implementation in both fields.

AGRADECIMIENTOS

Cinco años después, aquí estamos. Cuando acabé mis estudios de Periodismo en la Universidad de Navarra, no entraba en mis planes hacer una tesis doctoral. Lo típico: comienzas a trabajar en medios, adquieres experiencia, y solo entonces haces un máster para profundizar en alguna especialidad. Y, luego, a seguir trabajando. Con esa mentalidad me matriculé en el Máster de Comunicación e Industrias Creativas de la Universidad de Santiago de Compostela pero, como le pasó a Alicia, acabé cayendo en La Madriguera del Conejo Blanco: me inscribí en el Programa de Doctorado de la Universitat Pompeu Fabra en Barcelona, y la fiesta se fue de las manos unas 300 páginas que son las que recogen esta investigación. Son muchas las personas a las que debo mi gratitud por ayudarme a lo largo de este lustro de estudios.

Quisiera agradecer a mi director de tesis y mentor, el Dr. Carlos Alberto Scolari, por su guía excepcional, valiosas aportaciones, y por haber apostado por mí desde aquel día en que le escribí un correo comentándole mi proyecto de tesis. Los dos últimos años han sido una carrera de obstáculos, con imprevistos de todo tipo, pero el apoyo del profesor Scolari ha sido fundamental para no rendirme (nada puede ser peor que el final de *Lost...*). Ha sido todo un honor haber trabajado a su lado en diversos proyectos, y espero seguir colaborando con él en futuras aventuras académicas y profesionales.

Doy las gracias al Dr. Alberto Nahum García Martínez de la UNAV por su blog *Diamantes en serie*. Allá por el 2009 publicó una entrada sobre una conferencia a la que había acudido, y en la que se habló acerca de narrativas transmedia. El profesor García Martínez fue una de las primeras personas en animarme a realizar la tesis doctoral ya durante la realización del Trabajo de Fin de Máster en la USC, que tuteló la Dr. Ana Isabel Rodríguez Vázquez para la que también tengo palabras de agradecimiento. Asimismo, agradezco a la Dr. Sara Fernández de Azcárate de la UPF su interés por esta tesis y los debates sobre Genette. Mi gratitud también va para el Dr. Jorge Carrión por haber tenido la oportunidad de trabajar con él en el MOOC *La Tercera Edad de Oro de la Televisión*.

Ahora que este ciclo se acaba, volveré a la arena bloguera a escribir sobre ese otro tema que me trajo hasta aquí: las series de televisión. Gracias a la comunidad de fans y blogueros de series en Twitter por los ánimos virtuales y las épicas quedadas. La pasión que he puesto en este trabajo viene de esas conversaciones.

To Silvia and Mark, for having my back in Barcelona, teaching me how to make pizza dough and a cuppa, and not failing at it. A Laura, por las risas y la admiración mutua por Severus Snape. A Ana, por haberme dejado el libro para estudiar el CPE. Gracias a mis amigos de la carrera (Lara, Lucía, María, Nerea, Kike, Sofía, Asier, Laura y Bea) por los ánimos y los momentos compartidos a lo largo de esta última década. A Julia y Pili, por el apoyo y haber aguantado mis desapariciones cuando la tesis empezó a demandar más tiempo. A Ángela por las horas de biblioteca y los cafés mañaneros. A Willy, por ser la primera persona que dejó un comentario en un *fan fiction* de *Harry Potter* que escribí cuando tenía 16 años (y que no terminé).

Un reconocimiento especial va para Mario, mi hermano postizo, fuente de razón donde yo soy caos, y dueño de aquel ordenador en el que empecé a participar en foros de fans. Tampoco puedo olvidarme de Fonso, descubridor de historias antes que nadie, y con el que jamás estaré de acuerdo acerca del final de *Battlestar Galactica*.

Por último, quiero agradecer a mi familia su generosidad y apoyo incondicional a lo largo de todo este proceso. A mi madre, por su ejemplo e infinita paciencia cuando estaba enrocada delante del ordenador; a Lino, por sus comentarios sobre prensa; a mi tía, por recordarme que tenía que comer; y a mi hermano, por interrumpir cuando lo necesitaba. Gracias, un millón de gracias.

ÍNDICE

RESUMEN.....	v
AGRADECIMIENTOS.....	vii
ÍNDICE.....	ix
LISTA DE FIGURAS.....	xv
LISTA DE TABLAS.....	xvii
LISTA DE GRÁFICOS.....	xix
LISTA DE PUBLICACIONES VINCULADAS A LA TESIS.....	xxi
PRESENTACIÓN DE LA TESIS.....	1
I. INTRODUCCIÓN.....	5
1. Narrativa transmedia como expresión de la cultura de la convergencia y la ecología de los medios.....	7
1.1. Tecnologías.....	9
1.2. Corporaciones.....	11
1.3. Contenidos y formatos.....	12
1.4. Culturas.....	13
1.5. Ecología de los medios.....	16
2. <i>Media Fandom</i> y <i>fan fiction</i> , una historia.....	19
2.1. Antes de la Web.....	19
2.2. Después de la Web.....	21
II. ESTADO DEL ARTE.....	25
3. Narrativa transmedia: estado del arte.....	27
3.1. Antecedentes y consideraciones conceptuales.....	27
3.1.1. <i>Transmedia de la vieja escuela</i>	28
3.1.2. <i>Un concepto polifacético</i>	30
3.1.3. <i>Entre el marketing...</i>	32
3.1.4. <i>... y la estética</i>	34

3.2. Narrativa transmedia en ficción: mundo narrativo, personajes y juego.....	41
3.2.1. <i>Difusión vs. Profundidad vs. Señales migratorias</i>	42
3.2.2. <i>Continuidad vs. Multiplicidad vs. Mito, topos y etos</i>	43
3.2.3. <i>Inmersión vs. Extraibilidad vs. Artefactos diegéticos</i>	47
3.2.4. <i>Construcción de mundos vs. Hiperdiégesis vs. Narrativa implicada</i>	47
3.2.5. <i>Serialidad y subjetividad vs. Una narrativa transmedia basada en los personajes</i>	50
3.2.6. <i>Realización vs. Trans-transmedia y ‘Fan Labor’</i>	51
III. OBJETIVOS, MARCO TEÓRICO, METODOLOGÍA.....	55
4. Objetivos de la investigación.....	57
5. Marco teórico y tema de estudio.....	59
5.1. Conceptualizando al fan.....	59
5.1.1. <i>El fan resistente</i>	60
5.1.2. <i>El fan consumidor</i>	62
5.1.3. <i>El fan movido por el afecto y una identidad diferenciada</i>	67
5.2. Actividades de los fans.....	69
5.2.1. <i>Relectura, productividad semiótica y productividad enunciativa</i>	70
5.2.2. <i>Cotilleo y productividad enunciativa</i>	72
5.2.3. <i>Prácticas críticas e interpretativas, productividad enunciativa y productividad textual</i>	73
5.2.4. <i>De la productividad a las actividades de los fans</i>	75
5.2.5. <i>La esfera del fandom</i>	77
5.3. Aproximaciones teóricas al <i>fan fiction</i>	79
5.3.1. El peso de los Estudios Culturales y los <i>Media Studies</i>	80
5.3.2. ¿Qué dice la Narratología?.....	81
5.3.3. Una mirada literaria.....	83
6. Metodología.....	87
6.1. Análisis textual.....	88

6.1.1. <i>Corpus textual</i>	93
6.2. Estudio etnográfico.....	97
IV. DE LAS EXPANSIONES OFICIALES A LOS CONTENIDOS TRANSMEDIA GENERADOS POR LOS USUARIOS.....	103
7. La web televisiva como plataforma transmedia y foco de participación.....	105
7.1. Participación silente.....	107
7.2. Interactividad y participación.....	108
7.3. La web y sus funciones.....	110
7.4. Estudio de caso: <i>Águila Roja</i>	112
7.5. Estudio de caso: <i>Game of Thrones</i>	116
7.5.1. <i>El juego de rol como catalizador de contenidos transmedia generados por el usuario</i>	118
7.6. Competencias interpretativas y roles del usuario en las webs.....	121
7.6.1. <i>Modelos de participación</i>	123
Sumario.....	125
8. Compresiones narrativas y redes sociales: el caso de <i>Infidels</i> y <i>Mistresses</i>	127
8.1. Una muestra de compresión narrativa: el <i>recap</i>	130
8.1.1. <i>El ‘recap’ y la construcción de espectadores o usuarios modelo</i>	132
8.1.2. <i>‘Recap’ infográfico</i>	134
8.1.3. <i>‘Recaps’ y ‘fan vids’</i>	136
8.2. La red social como extensión transmedia.....	139
Sumario.....	145
V. FAN FICTION COMO TEXTO TRANSMEDIA: EL CASO DE <i>FRINGE</i>.....	147
9. Estrategias narrativas transmedia aplicadas a los <i>fanworks</i>	149
9.1. <i>Fringeverse</i> : historia y personajes de un universo narrativo transmedia.....	149

9.2. Cómo sobrevivir dos veces al <i>Friday Night Death Slot</i>	152
9.2.1. Primera campaña.....	153
9.2.2. Segunda campaña.....	156
9.3. El sistema transmedia de <i>Fringe</i>	158
9.4. Cómo el <i>fandom</i> redefine las estrategias narrativas transmedia.....	161
9.4.1. Expansiones dimensionales y conversiones.....	162
9.4.2. Genette 'fandomizado'.....	166
9.5. Canon y <i>fanon</i> : áreas de un mundo narrativo.....	171
Sumario.....	173
10. <i>Fan fiction</i> y formatos transmedia.....	175
10.1. <i>Crossovers</i>	180
10.2. Tipología de los <i>crossovers</i>	182
10.2.1. Basados en el medio.....	183
10.2.2. Basados en el estilo.....	184
10.2.3. Basados en el género.....	186
10.2.4. Basados en el programa narrativo (PN).....	188
Sumario.....	191
11. Entre la expansión y la compresión narrativa.....	193
Hibridaciones del <i>fan fiction</i> en el contexto transmedia.....	195
Sumario.....	199
VI. FAN FICTION COMO PRÁCTICA TRANSMEDIA:	
LA COMUNIDAD DE ESCRITORES Y LECTORES DE <i>FRINGE</i>.....	201
12. La influencia del canon en la escritura de <i>fan fiction</i>	203
12.1. Datos generales.....	203
12.2. Canon indefinido.....	204
12.3. Práctica <i>caractercéntrica</i>	206
12.4. <i>Fringe</i> como origen de <i>fan fiction</i>	208
Sumario.....	211
13. Lectores beta y autores.....	213
13.1. Edición por pares.....	213

13.2. Adquisición de competencias interpretativas, mediáticas e idiomáticas.....	215
Sumario.....	217
VII. CONCLUSIONES.....	219
Conclusiones.....	221
Resumen de resultados.....	222
Limitaciones.....	228
Futuras direcciones.....	230
REFERENCIAS.....	233
BREVE GLOSARO DE TÉRMINOS CLAVE.....	257
ANEXOS.....	259
Anexo I.....	261
Anexo II.....	263
Anexo III.....	265
Anexo IV.....	275

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Origen de los contenidos transmedia. Elaboración propia.

Figura 2. La esfera del *fandom*. Elaboración propia.

Figura 3. Resumen de fuentes de contenido transmedia y CGU estudiados en esta tesis doctoral.

Figura 4. Fragmento de la página de inicio de *Águila Roja* en la que se incluyen *recaps* y noticias.

Figura 5. Aspecto de la presentación del primer episodio de *Game of Thrones* en la aplicación *Conoce Poniente*.

Figura 6. *Recap* infográfico *The Tangled Web* en la web de *Mistresses* (BBC).

Figura 7. Detalle del *recap* infográfico *The Tangled Web* con las relaciones de Siobhan.

Figura 8. Vídeo-*recap* de Hari, marido de Siobhan, en *The Tangled Web*.

Figura 9. Primera entrada en el perfil de Facebook de Arlet (*Infidels*).

Figura 10. Estado del Facebook de Arlet el 25 de mayo de 2010. Primera referencia a otro personaje de *Infidels*, Dani.

Figura 11. Estado del Facebook de Arlet el 22 de mayo de 2009 con comentario del personaje Joana.

Figura 12. Estado del Facebook de Arlet el 29 de julio de 2010.

Figura 13. Póster de una posible película de *Fringe*. Autor desconocido.

Figura 14. *Crossovers* según el programa narrativo. Elaboración propia.

Figura 15. Extracto del perfil de El Facebook de Peter durante “Back to Where You Never Been” (4.08). La Vaca de *Fringe* (2011).

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Funciones de una web de televisión en el contexto transmedia. Adaptado de Scolari et al. (2011).

Tabla 2. Tabla comparativa. Funciones de las web y elementos relacionados. Elaboración propia.

Tabla 3. Modelos de participación y roles del usuario. Elaboración propia.

Tabla 4. Cronología del mundo narrativo transmedia de *Infidels* y *Mistresses*. Elaboración propia.

Tabla 5. Cronología del mundo narrativo transmedia de *Fringe*. Elaboración propia.

Tabla 6. “Diez formas de reescribir un programa de televisión”. Adaptado de Jenkins (1992a, pp. 165-182).

Tabla 7. Estrategias transmedia basadas en operaciones retóricas clásicas. Adaptado de Scolari (2013a).

Tabla 8. Estrategias transmedia basadas en la expansión, compresión y conversión de las estructuras discursivas (tiempo, espacio y actores). Elaboración propia.

Tabla 9. Operaciones hipertextuales. Extracto adaptado de Genette (1989).

Tabla 10. Estrategias narrativas transmedia. Tabla de correspondencias. Elaboración propia.

Tabla 11. Tipos de *crossovers*. Elaboración propia.

Tabla 12. Expansión y compresión cuantitativa de tiempo, espacio y actores. Elaboración propia.

Tabla 13. ¿Qué es una fuente canónica en *Fringe*? Elaboración propia.

Tabla 14. ¿En cuál de los siguientes aspectos del mundo narrativo de *Fringe* te centras más cuando escribes tus historias? Elaboración propia.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Formato transmedia de los *fics* seleccionados en esta investigación.
Elaboración propia.

LISTA DE PUBLICACIONES VINCULADAS A ESTA TESIS

Scolari, Carlos Alberto; Jiménez, Manel & Guerrero, Mar. (2012). Narrativas transmediáticas en España: cuatro ficciones en busca de un destino crossmedia. *Comunicación y Sociedad*, 25, 137-164.

Guerrero, Mar. (2012). La red enmarañada: narrativa transmedia en ficción femenina. El caso de *Infidels* y *Mistresses*. *Signo y Pensamiento*, 31(61), 74–90.

Guerrero, Mar. (2014). Web televisivas y sus usuarios: Un lugar para la narrativa transmedia. Los casos de Juego de Tronos y Águila Roja. *Comunicación y Sociedad*, 21, 239–267.

Guerrero-Pico, Mar. (2015). Producción y lectura de fan fiction en la comunidad online de *Fringe*: transmedialidad, competencia y alfabetización mediática. *Palabra Clave*, 18(3), 722-745.

*All worthy work is open to interpretations the author did not intend.
Art isn't your pet– it's your kid. It grows up and talks back to you*

Joss Whedon

*'But I don't want to write my own fiction', Cath said, as emphatically as she could.
'I don't want to write my own characters or my own worlds – I don't care about
them... I'd rather pour myself into a world I love and understand than try to make
something up out of nothing'*

Rainbow Rowell, *Fangirl*

*Fan fiction is still the cultural equivalent of dark matter: it's largely invisible to the
mainstream, but at the same time, it's unbelievably massive*

Lev Grossman

PRESENTACIÓN DE LA TESIS

La llamada *narrativa transmedia* (*transmedia storytelling*) es un concepto que ha cobrado una relevancia especial en la agenda de los investigadores de comunicación desde que Henry Jenkins acuñara en término en 2003. En los diez últimos años, se ha dedicado una prolija producción académica a explicar lo que muy someramente se puede definir como un proceso por el cual una historia expande su relato a través diferentes medios, plataformas y lenguajes. Este proceso se caracteriza, asimismo, por constar de dos puntos de origen distinto para los elementos, o extensiones, que componen el universo o mundo narrativo sobre el que se estructura una franquicia o sistema transmedia. Por un lado, destacamos las extensiones narrativas de carácter oficial, aquellas desarrolladas y sancionadas por los propietarios intelectuales del mundo narrativo, y, por otro, las expansiones no oficiales, los contenidos generados por los usuarios o audiencias receptoras de ese mundo. Hasta el momento, los contenidos generados por el usuario han tenido un papel secundario en las investigaciones sobre transmedialidad, más interesadas en describir los procesos de expansión oficial de las franquicias. Y aunque disciplinas como los Estudios de Recepción y los *Fan Studies* han analizado durante décadas las narrativas producidas por las audiencias a partir de la interpretación de los contenidos de ficción que los fans consumen en los medios de comunicación, se trata todavía de un terreno poco visitado desde el prisma de los estudios de la narrativa transmedia

Esta tesis doctoral se presenta con el propósito de llenar ese vacío y de tender un puente entre el campo de las investigaciones sobre narrativa transmedia y los *Fan Studies*. Así, nos centraremos en la exploración de uno de esos contenidos generados por los usuarios fans, el *fan fiction*¹, en tanto que modalidad de expansión narrativa en el contexto de franquicias transmedia originadas en series de televisión. Para ello la investigación se ha organizado en torno a tres grandes objetivos, estructurados de tal manera que guíen al lector desde el análisis introductorias de expansiones oficiales a las no oficiales:

¹ A lo largo de toda la tesis, el lector se encontrará con una gran cantidad de jerga específica asociada a las comunidades de fans, por lo que se recomienda encarecidamente consultar el Glosario adjunto en la pág. 257.

- a) Comprender cómo se articula la participación y creatividad de los fans dentro de una franquicia transmedia a partir del estudio de sitios web y redes sociales de series de televisión;
- b) Analizar el doble comportamiento del *fan fiction* como modalidad de expansión narrativa transmedia dependiente e independiente de un texto base;
- c) Comprender la práctica del *fan fiction* en el contexto transmedia;

Si al lector le interesa acceder directamente a esta relación de objetivos y preguntas, seguidas del detalle completo del marco teórico y la metodología utilizada, le recomendamos ir a la página 57.

Cada uno de los objetivos se desarrolla en forma de preguntas de investigación a los que damos respuesta apoyándonos en un doble eje metodológico que combina análisis textual y etnografía digital. Aportes de semiótica narrativa, semiótica de la interpretación y narratología integran la base teórica de la herramienta utilizada para el análisis textual, mientras que la observación participante, junto con la elaboración de un cuestionario online cualitativo, constituyen las técnicas de etnografía digital aplicadas al estudio de una comunidad online de lectores y escritores de *fan fiction*. La puesta a prueba de estos métodos se realizó de forma gradual en el estudio de caso de seis series televisivas con incursiones en la producción transmedia y representativas de una variedad de géneros y entornos mediáticos: *Águila Roja*, *Game of Thrones*, *Infidels*, *Mistresses*, *Lost* y *Fringe*, siendo esta última el caso central sobre el que se implementa el análisis a fondo del *fan fiction* como texto y práctica transmedia.

El trabajo llevado a cabo en este estudio se divide en trece capítulos agrupados en siete bloques o partes, de los cuales los bloques IV, V y VI abordan los objetivos señalados más arriba. El Bloque I (Introducción – Capítulos 1 y 2) se abre con una presentación de los ámbitos de cultura de la convergencia mediática y ecología de los medios dentro de los cuales se enmarca el concepto de narrativa transmedia. En esta misma línea, el Capítulo 2 ofrece una panorámica de la historia de los *media fandoms* en los que se

alumbraron las primeras muestras de *fan fiction*. El Bloque II (Estado del arte - Capítulo 3), con un único capítulo dedicado a repasar las principales aportaciones teóricas al campo de la narrativa transmedia, sirve de preludio para introducir el Bloque III centrado en la descripción de los Objetivos, Marco Teórico y Metodología (Capítulos 4, 5 y 6) de esta tesis. El Marco Teórico es un compendio de los principales debates en el área de los *Fan Studies*, en concreto, la definición de fan, las diferentes actividades que este realiza, y las diversas aproximaciones teóricas a la escritura de *fan fiction*.

El Bloque IV (De las expansiones oficiales a los contenidos transmedia generados por los usuarios – Capítulos 7 y 8) contiene los resultados correspondientes al primer objetivo. Así, en el Capítulo 7 se analizan los diferentes modelos de participación implícitos en una web televisiva. En el Capítulo 8 se realiza un estudio de la comprensión narrativa y del aprovechamiento de las redes sociales para expandir la historia de una serie de televisión. El Bloque V (El *fan fiction* como texto transmedia – Capítulos 9, 10 y 11) alberga los hallazgos vinculados al segundo objetivo. En el Capítulo 9 se presenta el universo narrativo transmedia de *Fringe* y se lleva a cabo un análisis e identificación de las estrategias narrativas transmedia inscritas en textos de *fan fiction* (y de otros *fanworks*). Una relación de los formatos transmedia comunes a los *fanworks* ocupa la argumentación del Capítulo 10, mientras que en el Capítulo 11 se exploran indicios de comprensión narrativa en una modalidad tradicionalmente expansiva como el *fan fiction*.

El Bloque VI (El *fan fiction* como práctica transmedia – Capítulos 12 y 13) presenta los resultados referentes al tercer objetivo. En el Capítulo 12 se analiza el paso del canon dentro de la comunidad de lectores y autores de *fan fiction* de *Fringe*. El Capítulo 13 se centra en la figura de los llamados lectores beta y en la adquisición de competencias interpretativas acerca del mundo ficcional de *Fringe*, derivadas de la lectura y escritura de *fan fiction*.

Finalmente, en el Bloque VII (Conclusiones) se sintetizarán los hallazgos de esta investigación, se discutirán las limitaciones de la misma y se señalarán futuros objetivos de estudio.

I
INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1. Narrativa transmedia como expresión de la cultura de la convergencia y la ecología de los medios

Cuando surge el tema de mis estudios de doctorado en conversaciones con familia y amigos, y pronuncio las quince palabras que dan título a este trabajo, las preguntas iniciales siempre son las mismas: ¿qué es narrativa transmedia?, ¿qué es *fan fiction*? Por eso, seguiré cumpliendo esa pequeña rutina en esta charla silenciosa con la persona que me está leyendo al otro lado, y comenzaré este capítulo dando una respuesta inicial y contextual a la primera de esas preguntas apremiantes. Ofreceré una aproximación más completa al concepto de narrativa transmedia en el Bloque II, tras haber revisado la historia de las comunidades de fans y el *fan fiction* en el Capítulo 2. Este orden nos permitirá introducirnos progresivamente en el marco teórico y tema de estudio de esta investigación.

En un artículo publicado en el *Technology Review* del Massachusetts Institute of Technology (MIT), el 15 de enero de 2003, el teórico de los medios y estudioso del fenómeno fan Henry Jenkins acuñó el término *narrativa transmedia (transmedia storytelling)* para designar el “flujo de contenido a través de múltiples canales mediáticos” (2003, párr. 13) en la industria del entretenimiento. No obstante, en tratamientos posteriores (2007, párr. 3), Jenkins precisa su propia aproximación, y define el concepto como “un proceso en donde los elementos de una ficción se dispersan a través de múltiples plataformas mediáticas con el propósito de crear una experiencia de entretenimiento coordinada y unificada. En la forma ideal de narrativa transmedia, cada medio hace lo que se le da mejor, haciendo una contribución única y valiosa al desarrollo de la historia”. Una historia que Jenkins (2006a) concibe en términos de universo ficcional: “La narrativa transmedia es el arte de crear mundos narrativos” (p.21). Así, por ejemplo, en su paradigmático estudio de caso de la saga cinematográfica *The Matrix* (Wachowski Brothers, 1999), Jenkins (2006a) argumenta que el relato de una gran historia transmedia puede empezar en una película (la trilogía formada por *The Matrix*, *The Matrix Reloaded*, *The Matrix Revolutions*), continuar desarrollándose en una serie de televisión animada (*Animatrix*), dos tomos de cómics

(*The Matrix Comics*) y tres videojuegos (*Enter The Matrix*, *The Matrix Online* y *The Matrix: Path of Neo*), de forma que los hechos contados en cada medio aporte detalles nuevos que enriquezcan el conjunto del mundo narrativo creado por los hermanos Wachowski. Pero el consumidor no tiene porqué experimentar con todas estas plataformas mediáticas para poder comprender los acontecimientos que se cuentan en cada una de ellas, porque “cada entrada a la franquicia necesita tener un sentido completo por sí misma que haga posible su consumo autónomo” (Jenkins, 2003, párr. 10). Es decir, ninguna de las llamadas extensiones narrativas se considera indispensable: no hace falta haber leído la novela para disfrutar y entender la serie de televisión, la película o las novelas relacionadas. La lógica subyacente a esta estrategia es la de atraer a distintos tipos de consumidores con unas preferencias y grados de experiencia mediática diversos (Jenkins, 2006a, p. 130), respondiendo así a la creciente fragmentación de las audiencias contemporáneas.

Junto a la expansión por diferentes medios, y la autonomía de cada extensión narrativa o entrada a la franquicia, Jenkins (2009a) añade un tercer rasgo identificador a su concepto: el de los múltiples agentes que intervienen en la construcción de la narrativa transmedia. Como veremos en el segundo capítulo de este mismo bloque, los productores originales no son los únicos encargados de expandir un mundo ficcional, sino que los consumidores o usuarios se apropian de ese mundo y aumentan su tamaño y profundidad contribuyendo con sus propios contenidos.

El surgimiento de esta particular forma de narrar no es ningún hecho aislado sino que se enmarca dentro del contexto de un proceso cultural mucho más amplio denominado *convergencia mediática* (*media convergence*), que Jenkins desarrolla en su influyente obra *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* (2006a), en la que cristalizan algunas de las propuestas que el mismo autor ya esbozara a principios de la década de los 2000 en otro artículo para *Technology Review* titulado *Convergence? I Diverge* (2001), y en el ensayo *The Cultural logic of Media Convergence* (2004). En palabras de Jenkins, la convergencia mediática

alters the relationship between existing technologies, industries, markets, genres, and audiences. Convergence alters the logic by which media industries operate and by which media consumers process news and entertainment. Keep this in mind: convergence refers to a process, not an endpoint. (2006a, pp. 15–16)

Para guiar esta explicación me apoyaré en los aportes de Beverly Rasporich y David Taras (2001, p. 61), que señalan cuatro *dominios de la convergencia (realms of convergence)*, o ámbitos en donde se producen movimientos convergentes, o de unión: “la convergencia de las tecnologías, la convergencia de las corporaciones, la convergencia de la información con el entretenimiento y la convergencia de las culturas”. Aunque independientes en la teoría, estas cuatro áreas se encuentran íntimamente ligadas al estar relacionadas todas ellas con el mismo proceso de cambio tecnológico desencadenado en la década de 1980, y que se resume en los siguientes tres hitos clave: la digitalización de los contenidos mediáticos, la generalización de las interfaces gráficas, y la llegada de la World Wide Web en 1989.

1. 1. Tecnologías

Al digitalizarse los contenidos, estos se fueron independizando progresivamente de los aparatos para los que eran producidos originalmente, de modo que acabaron siendo reproducibles en una variedad de soportes o pantallas de exhibición. Por ejemplo, un episodio de una serie de televisión hoy en día se puede ver en el televisor, el ordenador, el móvil y la videoconsola, por citar sólo algunos dispositivos. La digitalización no sólo implica contenidos que ‘surfean’ por diferentes plataformas, sino también que esos contenidos pueden ser reciclados, manipulados y combinados hasta la saciedad, sobre todo, gracias a esas interfaces gráficas que facilitan el tratamiento de diferentes lenguajes en el ordenador. Así, ese mismo episodio puede ser capturado en un archivo, del cual se aprovechan unas cuantas imágenes que se remezclan con otras en un montaje que añade música, texto y efectos visuales. Pero la ruptura de fronteras, no sólo tiene lugar en la forma bajo la que se presentan los contenidos, sino también en el epicentro de los propios medios. El fin de la era analógica se vio propiciado por ese mismo proceso de digitalización en donde el *software* y los lenguajes de programación se hacen

con el control (Manovich, 2013) y alimentan el nacimiento de nuevos medios digitales que conviven con los llamados ‘viejos medios’, pero que afectan al modo en los que estos últimos operan, forzando las industrias que controlan esos medios a evolucionar para sobrevivir en el nuevo escenario (Scolari, 2012). Es en este territorio en donde se producen movimientos de *remediación* (Bolter y Grusin, 1999) en donde un medio, normalmente el digital, replica las características de otro, con frecuencia el viejo analógico, para darles una nueva vida en un entorno mediático completamente diferente a aquel en donde surgieron. Un ejemplo claro y cercano de esta apropiación reside en las aplicaciones fotográficas como Instagram. Por medio de filtros especiales, imitan la estética y técnicas de edición asociadas a las cámaras analógicas (como la Polaroid), que pasan a revestir a las imágenes digitales, dándoles un toque añejo. Y si los contenidos pueden transitar por distintos soportes, y los medios se hibridan, la World Wide Web, con sus características multimediales, hipertextuales, interactivas y colaborativas es la macroautopista que integra, interconecta esos contenidos, soportes y medios, dotándolos de un potencial de propagación viral.

Esta convergencia tecnológica, a su vez, tiene consecuencias inevitables en la forma en la que los medios son consumidos o utilizados. A diferencia de lo que ocurría en la etapa dorada de los medios de comunicación de masas, marcada por el modelo comunicacional del *broadcasting*, es decir, uno o pocos emisores para muchos receptores con menor capacidad de decisión en su consumo (expresada a través del *zapping*, por ejemplo), asistimos al auge y establecimiento del modelo opuesto, un *narrowcasting* basado en muchos emisores para muchos receptores que sólo consumen lo que quieren y cuándo lo quieren, y son usuarios de los nuevos medios digitales (Scolari, 2008; Jenkins, Ford y Green, 2013). Si los contenidos fluyen por diversas plataformas, lo natural es cada uno de estos soportes aglutine sus propios receptores, de manera que lo que antes era una audiencia en bloque se acaba descomponiendo en una serie de reinos de taifas de espectadores, lectores, oyentes, o si adoptamos un término que englobe a todos ellos, usuarios. Esta desmembración da lugar a una audiencia hiperfragmentada y polarizada (Webster, 2005) cada más difícil de alcanzar para los productores de contenido. Tal y como apunta Ivan Askwith en referencia a los cambios a los que ha tenido que hacer frente la industria televisiva

This traditional emphasis on reaching as many viewers as possible has become more problematic as new technologies and distribution channels emerge, fragmenting the mass audience and intensifying the competition for viewer attention. In response, the television industry has started to embrace the notion that “engaged” audiences may prove more valuable than large audiences (Askwith, 2007, p. 23)

1.2. Corporaciones

Ante esta situación, los productores de contenido se ven obligados a desplegar su presencia en una variedad mayor de mercados para minimizar costes y rentabilizar sus inversiones. Como afirma Jenkins, “si la digitalización estableció las condiciones para la convergencia, los conglomerados corporativos lo convirtieron en imperativo” (2006a, p. 11).

Una empresa monomediática, como una editorial de libros, mediante una política de adquisiciones de otras empresas monomediáticas (cadena de televisión, emisoras de radios, productora cinematográficas, estudios de videojuegos...), puede pasar a convertirse en un auténtico conglomerado multimedia, valga la redundancia, de varios medios integrados horizontalmente que apele a distintas audiencias y mercados a través de diferentes sistemas de distribución, pero en donde los beneficios sigan convergiendo en las mismas manos gracias a las sinergias que se producen entre las empresas que forman parte del grupo. En este sentido, Jenkins (2006a, p. 16) destaca el caso Warner Bros y su conversión de estudio cinematográfico a tótem mediático que engloba cine, televisión, música, videojuegos, páginas web, juguetes, parques de atracciones, libros, periódicos, revistas y cómics. Estamos, por tanto, en el núcleo de la convergencia económica, o de las corporaciones, la base para que, en el plano creativo, se desarrollen los proyectos de *narración sinérgica* (*synergic storytelling*), la otra denominación que Jenkins (2006a), a partir del concepto de Ivan Askwith, otorga a la narrativa transmedia aludiendo a “los fuertes intereses económicos” (p. 104) que se esconden detrás de estas iniciativas. Esta visión de mercado se encuentra al mismo nivel de las tesis del teórico de los nuevos medios David Marshall (2004, p.23), para quien las industrias culturales

coordinan la puesta en circulación de sus productos en múltiples formatos mediáticos para estructurar el juego de los usuarios dentro de un sistema de implicación cerrado.

No en vano, la estructura multimedial de estos universos ficcionales complejos reproduce como un daguerrotipo los movimientos de integración de las empresas de medios, pero en lugar de hablar de grandes conglomerados o grupos, Jenkins (2006a) y Carlos Scolari (2009a) prefieren hablar de *franquicias* para referirse a la marca por la que se comercializan los contenidos que componen una narrativa transmedia. En el fondo, una franquicia transmedia nace con el mismo objetivo con el que lo hace un conglomerado de medios: hacer converger a nivel económico e industrial una audiencia y contenidos divergentes. Los usuarios están en constante movimiento, saltan de un medio a otro en busca de un contenido huidizo y permeable. Sobre el papel, la estructura reticular de la narrativa transmedia garantiza este consumo divergente pero, en realidad, los beneficios económicos se siguen canalizando en una única dirección, impulsados por unas audiencias fieles a las posibilidades de entretenimiento e implicación que les ofrece la franquicia. Teniendo esto en cuenta se puede afirmar que la narrativa transmedia porta en su ADN los rasgos que definen la convergencia según Jenkins (2006a, p. 2): “el flujo de contenido a través de múltiples plataformas, la cooperación entre diversas industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas”.

1.3. Contenidos y formatos

En este intento de capturar audiencias y de acomodarse a sus hábitos de consumo, no es de extrañar que el formato y fondo de los contenidos se vea salpicado por la ola convergente. Hemos mencionado más arriba cómo la digitalización ha permitido la manipulación e mezcla sin fin de lenguajes y medios. Sin embargo, esta hibridación va más allá y se extiende a estéticas del relato, géneros y fuentes intertextuales insertas en los contenidos, de manera que las tradiciones y rutinas asociadas a un modo de contar las cosas se contagian a otro. La convergencia de información y entretenimiento, o *infortainment*, de la que nos hablaban Rasporich y Taras es sólo una muestra a pequeña escala de un hecho transversal a todas las formas de expresión y medios. La

información difundida por canales audiovisuales se nutre de los modos y rutinas comunes en el ámbito del entretenimiento, incorporando recursos narrativos y estéticos para imprimir dramatismo a la información y, de esta manera, hacerla más digerible a espectadores que no están acostumbrados al consumo de noticias. Esta confusión entre realidad y ficción, uno de los rasgos definitorios de la llamada neotelevisión (Eco, 1986) no hizo más que acentuarse con el aterrizaje de la lógica hipertelevisiva (Scolari, 2009b) que responde a los cánones de la llamada *complex TV* contemporánea (Mittell, 2012-2013). La hipertelevisión, y muy especialmente la ficción producida este contexto, muestra unas cualidades específicas de suma relevancia para la investigación que aquí exponemos. La ficción hipertelevisiva contagia de las características de los entornos digitales para satisfacer las demandas de unos espectadores, que, al ser también usuarios de la Red, se encuentran cómodos con múltiples personajes y programas narrativos, y siguiendo historias no lineales que demandan una mayor implicación y participación por parte del público. Las series de televisión se vuelven hipertextuales e interactivas, pero también multimediales, ya que fluyen por distintas pantallas y pueden expandirse a través de sistemas transmedia que continúan apelando al carácter proactivo de unos espectadores. Unos espectadores que desafían el estereotipo del *couch potato* (Siapera, 2004), ese espectador aletargado y conformista, sin capacidad de agencia y sin apenas canales que le permitan expresar opiniones con respecto a su propio consumo.

1.4. Culturas

Ya lo hemos sugerido brevemente cuando abordamos la cuestión de la convergencia tecnológica. El advenimiento de las World Wide Web, primero, y la popularización de las aplicaciones de la llamada Web 2.0 (como los wikis, blogs y redes sociales), después, han dotado a la audiencia de herramientas que no sólo facilitan la comunicación entre sus miembros, sino que les ofrece la posibilidad de producir sus propios contenidos mediáticos con una capacidad de reproducción y de distribución mucho mayor de la que podían soñar en las décadas anteriores a la llegada de Internet. Estos nuevos públicos conversan entre sí y con los productores de los textos que consumen; el modelo comunicativo se transforma a golpe de participación y colaboración. Por un lado, las industrias mediáticas ya no articulan un discurso

puramente unidireccional sin esperar a que los consumidores respondan, sino que los mensajes circulan y se intercambian en una misma ágora en la que las funciones y roles de productores y audiencias se funden y mezclan, por un lado, con unas audiencias cada vez más *prosumidoras* (Toffler, 1980) e implicadas en el proceso de producción cultural (Marshall, 2004), y por otro, con unos productores que replican los usos y prácticas de la audiencia. Estas interrelaciones pueden dar lugar a lo que Scolari denomina *zona gris* (*grey zone*) de la producción cultural:

the grey zone includes textual pieces that do not belong to the canon and, at the same time, are not produced by users. Created by artisans and small business ventures situated at the periphery of the media industry, these texts are based on the logics of free appropriation that characterizes user-generated products; however, as they have commercial objectives (they seek economic benefits), these textual pieces could never be considered as an emergent production of the free collaborative culture of prosumers (Scolari, 2014, p. 2392)

Como ejemplo de estas hibridaciones, Scolari (2013a, 2014) cita una de las parodias más elaboradas alrededor de la serie *Lost* (ABC, 2004-2010): la colección de cómics *Pardillos*. Creados por el fan español Carlos Azaustre como proyecto exclusivo para la web, los cómics han vendido miles de copias después de que Azaustre decidiera editarlos en formato *comicbook* bajo su propio sello independiente, Azacomics. La historia reproduce el historia original de la serie, pero cambiando los nombres de los personajes originales, las condiciones del accidente de aviación que los condenó a vivir en una isla desierta, e incorporando figuras de la cultura de masas española como Carmen Russo, la ganadora de la versión nacional de *Supervivientes*.

En definitiva, la convergencia mediática, al igual que su apéndice creativo, la narrativa transmedia, “es tanto un proceso corporativo de arriba abajo (*top-down*) y de abajo a arriba (*bottom-up*), dirigido por los consumidores” (Jenkins, 2006a, p. 18), en el que se establece una relación de codependencia entre la industria de medios de comunicación y la cultura participativa de los usuarios, no exenta de tensiones, principalmente, en lo que atañe a los derechos de la producción y distribución cultural. Por otro lado, y al tiempo

que aumentan su presencia en los flujos comunicativos, los usuarios aprovechan su interconexión para superar los límites de su propia condición de humanos ante la abrumadora cantidad de datos que circula en las redes digitales, estableciendo redes de colaboración basadas en el principio de la *inteligencia colectiva*, un término que Jenkins toma prestado del teórico de la cibercultura francés Pierre Lévy

Es una inteligencia repartida en todas partes, valorizada constantemente, coordinada en tiempo real, que conduce a una movilización efectiva de las competencias. Agregamos a nuestra definición esta idea indispensable: el fundamento y el objetivo de la inteligencia colectiva es el reconocimiento y el enriquecimiento mutuo de las personas, y no el culto de comunidades fetichizadas o hipóstasiadas (...) Nadie lo sabe todo, todo el mundo sabe algo, todo el conocimiento está en la humanidad. No existe ningún reservorio de conocimiento trascendente y el conocimiento no es otro que lo que sabe la gente (Lévy, 2004, p. 20)

La convergencia mediática, en definitiva, también sacude la base de la cultura, democratizando sus flujos de producción, distribución, y recepción. Sin embargo, como apunta Jenkins (2006a, p. 3) sería ingenuo pensar que la convergencia por sí sola desmantela todas las estructuras de poder y jerarquías establecidas en el ámbito cultural, con unos productores que todavía siguen ejerciendo una influencia y poder superiores al conjunto de los usuarios independizados. Pero allí donde el autor estadounidense se muestra excesivamente optimista en cuanto al efecto dominó que la convergencia mediática pueda tener sobre otras arenas como la política y los movimientos sociales, voces críticas como la de Nick Couldry (2011) ponen en duda este planteamiento. Para el sociólogo inglés, las bondades de la convergencia no se pueden extrapolar con la misma facilidad y contundencia a esos ámbitos, ni tan siquiera al de la propia cultura, sin considerar “factores clave de estratificación y diferenciación dentro de los procesos de convergencia” (2011, p. 490). Y es que, según Couldry, a diferencia de la mirada globalizadora de Jenkins, no existe una única cultura de la convergencia mediática, sino muchas culturas que dan testimonio de un fenómeno “más diverso y fracturado” de lo

que parece a primera vista, y que dependería por entero de las variables (como el grupo étnico, el género o la clase) que definen los contextos en donde se produce.

1.5. Ecología de los medios

Pero, independientemente de los desafíos que la adaptación local que pueda plantear en la práctica la idea de convergencia mediática, las cuatro dimensiones sobre las se estructura el fenómeno (tecnológica, económica, estética y cultura) no sólo dan cuenta de la evolución de los medios de comunicación en sí mismos, sino muy especialmente de las transformaciones resultantes del uso que los seres humanos damos a esos medios, y de los efectos que dicho uso tiene en nuestra forma de comportarnos. En este sentido, vale la pena destacar la utilidad y relevancia de la ecología de los medios como marco teórico para identificar y analizar una buena parte de las múltiples lógicas y actores que interactúan al mismo tiempo en ese caos aparente que es la convergencia. Tal y como sostiene Scolari (2009b, p. 175), a partir de las contribuciones de ecólogos mediáticos ilustres como McLuhan, Postman y Logan, la metáfora del *ecosistema mediático* “nos ayuda a comprender mejor el conjunto de interrelaciones sociales, tecnológicas, culturales, económicas, etc. que caracterizan al universo de la comunicación a través de dispositivos técnicos”, es decir, todos los intercambios que se producen entre los elementos que forman parte de la llamada *red sociotécnica*, otro concepto que el autor argentino recupera de la factoría de Lévy. La red se compone de tecnologías, lenguajes, sujetos y procesos de producción/apropiación (Scolari, 2009c, párr. 3) que, cuando entran en contacto y se mezclan, producen una reacción que transforma el entorno en el que interactúan:

En determinados momentos algunos nodos de esa red se activan y comienzan a relacionarse con otros dando lugar a nuevas configuraciones. La aparición de nuevas especies (nodos), además, modifica la ecología del conjunto, ya sea causando la adaptación de algunos elementos o la aparición de híbridos que combinan lo viejo con lo nuevo. Desde esta perspectiva podemos analizar cómo la llegada del cine remodeló al teatro, o estudiar los efectos colaterales sobre la

radio y el cine que causó la difusión de la televisión de la década de 1950 (Scolari, 2009a, p. 8)

A la vista de lo expuesto hasta este momento, parece difícil disociar los movimientos de convergencia mediática, y su impacto en los procesos culturales de las sociedades humanas, de las mutaciones internas que se dan en el seno del ecosistema de los medios y sus usuarios. Cualquier cambio en la cadena trófica de las tecnologías de la comunicación acaba modificando, por pura ósmosis, nuestra manera de utilizarlas y, lo que es más importante, de crear significado a partir de su uso. Postman (citado en Scolari, 2012, p. 209) va un paso más allá y afirma que los medios de comunicación determinan nuestro modo de concebir el mundo, de forma que los medios ofrecen “una nueva orientación para el pensamiento, para la expresión, para la sensibilidad (...) [los medios] clasifican el mundo por nosotros, lo ordenan, lo agrandan, lo reducen, lo dotan de color, plantean los argumentos para explicar cómo es el mundo”. En otras palabras, los medios tienen la capacidad de reconfigurar patrones culturales. Bajo este supuesto, la convergencia mediática “representa un cambio cultural en tanto se anima a los consumidores a buscar información nueva y establecer conexiones entre contenidos mediáticos” (Jenkins, 2006a, p.3) que se muestran dispersos a causa del cataclismo que para el ecosistema supuso el florecimiento de los nuevos medios digitales, que podría desencadenar incluso la extinción de alguna especie mediática y el surgimiento de otras nuevas así como hibridaciones y coevoluciones entre medios (Scolari, 2012). Dentro de este contexto ecológico, la narrativa transmedia vuelve a servir de escenario de excepción para observar las dinámicas de la convergencia. En las estructuras transmedia se dan cita, en principio, una pluralidad de medios en diáspora, pero vinculados a un mismo mundo narrativo y agitadores del carácter activo de unas nuevas audiencias, que, como nómadas, van en busca de contenidos que experimentar a través de su participación. Pero, ¿quiénes son estas nuevas audiencias?, ¿y qué hacen exactamente?

Lo cierto es que existen tantas respuestas como tipos de usuarios y prácticas que se puedan considerar ejemplares de la audiencia convergente (Scolari, 2014; Couldry, 2011) por lo que, a fin de acotar el tema y objetivos que guían este estudio, nos

centraremos solamente en una de esas clases de público: los fans de los medios de comunicación. Este tipo de consumidores, caracterizados por la lealtad y fuerte apego emocional a los objetos que consumen, son sospechosos habituales de las discusiones en torno a la convergencia mediática (y por extensión, de la narrativa transmedia) desde que Jenkins (2006a, 2006b), basándose en su investigación de la cultura de los fans a principios de los noventa (1992), los colocara en la línea de vanguardia de la convergencia tras permanecer décadas atrincherados en posiciones marginales. Pero frente al lugar privilegiado que Jenkins otorga a los fans, Couldry (2011) los cataloga como uno de los tantos públicos, de nuevo cuño o no, que interactúan en el ecosistema mediático contemporáneo por lo que, a su juicio, resulta arriesgado aplicar las actividades realizadas por los fans, marcadas por el afecto, el consumo intenso y la apropiación cultural de productos mediáticos, a las del resto de públicos. Aunque compartimos esta visión más relativa del fenómeno, sí es de justicia reconocer, en línea con el pensamiento de Jenkins, que las comunidades de fans de los medios de comunicación se adelantaron a las condiciones de la cultura participativa que baña el proceso de la convergencia mediática. Empezaremos a dar forma a esta afirmación a partir del próximo capítulo, en donde repasaremos la trayectoria del llamado *media fandom*, de matriz predominantemente televisiva, y el nacimiento y evolución de una de sus producciones textuales más características: el *fan fiction*.

CAPÍTULO 2. *Media Fandom y fan fiction, una historia*

Antes de abordar el relato del *media fandom*, o el conjunto de comunidades de fans de los medios de comunicación, es necesario delimitar nuestro marco de referencia: ¿de qué tipo de *media fans* estamos hablando? Sin abandonar la metáfora ecológica, todo ecosistema de medios y sus recursos (es decir, los productos mediáticos que surgen en ese ambiente) se ven afectados por el clima sociocultural de la zona en donde se encuentran establecidos y, a la vez, este entorno de medios, influye sobre los usuarios que consume sus recursos. Dado que no existe un solo clima sociocultural, tampoco hay un único ecosistema mediático y, por tanto, tampoco podemos hablar de un solo tipo de usuario. Trasladada al ámbito de los fans, esta lógica implica reconocer que no existe *un media fandom* en singular, sino una multitud de *media fandoms* con sus tradiciones y características propias. Por ello, no podemos empezar este capítulo sin antes aclarar que este repaso histórico corresponde al del *fandom* vinculados a la cultura de los medios de comunicación de masas de Occidente, principalmente aquella que procede de la televisión producida en los Estados Unidos de América.

2.1. Antes de la Web

A finales de los de la década de 1960 se empezaron a organizar en los Estados Unidos los primeros *fandoms* alrededor de series televisivas de ciencia ficción, sobre todo, los relacionados con la primera versión de *Star Trek* (CBS, 1966-1969) y *The Man from U.N.C.L.E* (NBC, 1964-1968). Sin embargo, como apunta Francesca Coppa en uno de los primeros intentos serios por dotar de una historia general al fenómeno, el ensayo *A Brief History of Media Fandom* (2006, pp. 41-59), ya desde la década de 1930 se venían celebrando convenciones de fans de la literatura de ciencia ficción (la primera de ellas data de 1936 y aún se celebra hoy bajo el nombre de Worldcon), así como publicando *fanzines* (el pionero fue *The Comet*, publicado en 1930) como forma de pasar las semanas que tardaban en editarse revistas profesionales sobre el género como *Amazing Stories*, la responsable de plantar la semilla para el nacimiento de las comunidades de fans modernas. Esta revista, en concreto, permitía la interacción de sus lectores

publicando sus direcciones para que se pusieran en contacto entre ellos, dando lugar a una red de correspondencia que fue capital en la organización de los fans para la posterior producción de *fanzines*². Estas publicaciones elaboradas con unos medios mínimos contenían comentarios a las historias publicadas en las revistas profesionales, noticias y debates sobre el género y, especialmente, historias y arte amateur.

Así pues, cuando surgieron los primeros *fandoms* en torno a serie de televisión, como *Star Trek* o *The Man from U.N.C.L.E.*, los fans solo hubieron de replicar estos usos ya establecidos para adecuarlos a las nuevas historias contadas desde la pequeña pantalla, y empezar a producir lo que desde entonces se ha conocido como *fan fiction* y *fan art*. Pero, al mismo tiempo, el hecho de que los objetos de *fandom* fueran series televisivas abrió a los fans otras posibilidades creativas y de distribución. El desarrollo del vídeo doméstico y la progresiva generalización de las herramientas de edición de vídeo a lo largo de las décadas de 1970 y 1980 pusieron en órbita el *fan vid* (Coppa, 2006, p. 58; Levin Russo, 2009, p. 126), ejemplos del cual se mostraban en convenciones o se intercambiaban a través de correo postal (Jenkins, 1992a, p. 48, 236).

Aunque se haya puesto el acento en el caso paradigmático de las series de ciencia ficción encabezadas por el floreciente fenómeno *trekkie*, durante la década de 1970, las producciones de fans empezaron a extenderse por otros géneros televisivos y también por otros medios, como el cine, alentadas por el desembarco de la saga *Star Wars* (George Lucas, 1977), que provocó un ‘boom’ comercial de historias de ciencia ficción y fantasía. Ejemplo de la migración genérica en el ámbito televisivo son los *fandoms* organizados en torno a los denominados *buddy shows*, como *Starsky and Hutch* (ABC,

^{2 2} A pesar del esfuerzo de Coppa por hilar una narrativa común a los *fandoms* televisivos, Antoni Roig (2008, p.246-251,) se muestra crítico con el enfoque adoptado por la autora en su ensayo incluido en la obra *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet*, editada por Karen Hellekson y Kristina Busse (2006, ver capítulo 5, Bloque III). Según Roig, tanto el libro como el ensayo de Coppa, centrados en el *fan fiction*, omiten un comentario específico acerca de las producciones audiovisuales típicas de los fans si bien incluye un recorrido por la *machinima* (ver Glosario). El autor destaca especialmente la ausencia de los *fan films/fan movies* (películas) unas producciones que muestran “unas características únicas” con respecto a otras creaciones de los fans, con carácter más transformativo, al establecer “un juego con el universo ficticio del texto/fuente, reconstruyéndolo a través de idénticos códigos formales” (p. 250). Entre estas cualidades se encuentran la reproducción de prácticas industriales, la concepción del producto como algo cerrado y no sujeto a revisiones abiertas durante el proceso creativo, el producto como carta de presentación para abrir puertas en la industria, y una mayor dependencia entre fans cineastas y las industrias mediáticas propietarias de los derechos intelectuales de los textos fuente.

1974-1979). Es interesante observar cómo estas ficciones, basadas en la relación de amistad o ‘colegueo’ entre dos compañeros de trabajo, muy menudo acaban siendo interpretadas en términos homoeróticos en las creaciones de los fans (Coppa, 2006, p. 48-50), que seguían la estela de una práctica que había nacido dentro del fandom de *Star Trek*. Los personajes del Capitán Kirk y Spock son protagonistas de una tradición de historias románticas no canónicas que acabó propiciando el nacimiento de uno de los principales géneros de *fan fiction*: el *slash*³.

2.2. Después de la Web

Hasta principios de la década de 1990, pocas cosas cambiaron dentro de las comunidades de fans más allá del aumento en el número de *fandoms* y eventos específicos. Sin embargo, con el naciente desarrollo de Internet en el ámbito universitario (Coppa, 2006, p. 53), poco a poco los fans fueron descubriendo foros de discusión (alojados en Usenet), listas de correo electrónico (implantadas con la tecnología de ListServ) para llevar a cabo sus actividades y comunicarse entre ellos, aunque por entonces todavía seguían confiando en *fanzines*, cartas y convenciones. Según Coppa, un fandom bien organizado podía contar con hasta dos listas de distribución: una para distribuir historias y otra para discusiones normalmente separadas según contenidos generales o para adultos (2006, p. 53).

Pero esta situación daría un cambio radical a finales de la década de 1990 con la progresiva generalización de los servicios online en los hogares y, sobre todo, con el surgimiento de herramientas que hacían más fácil la creación de páginas web y la edición digital de vídeo y gráficos. Empezaron a proliferar foros de discusión y sitios dedicados exclusivamente a una determinada serie que, con el tiempo, se podían constituir en una comunidad de fans, y en los que se intercambiaban *fan fiction*, *fan art* o *fan vid*, y surgieron *archivos* dedicados exclusivamente al alojamiento de *fits* procedentes de cualquier *fandom*, como Fanfiction.net, en activo desde 1998. Además, la mudanza al entorno digital supuso el nacimiento de nuevos actores dentro de los

³ El *slash* es un género de *fan fiction* en el que el autor reescribe la sexualidad de dos personajes, presentándolos como sujetos homosexuales a partir del subtexto homoerótico que percibe en el texto original. Ver Bloque V, Capítulo 10 para una explicación más detallada de los géneros de *fan fiction*.

procesos de elaboración del *fan fiction*, como el *lector beta* (un fan que edita *fits*⁴)⁵; de nuevos tipos de producciones, como la *machinima* (películas creadas a partir del motor de videojuegos); y de hibridaciones o contaminaciones entre las prácticas del *media fandom* y otros *fandoms*:

When all of these fandoms —media, comics, celebrity, music, anime— moved onto the Internet, they gained a wider audience, and the most obvious audience for a “new” fandom was a person from what, for a lack of a better word, we might call a neighboring fandom. So some media fans got interested in comics, some anime fans started writing about celebrities, and some celebrity fans began to model their work on that done in media fandom (Coppa, 2006, p. 56)

La aparición en 1999 de plataformas de blogs como Blogger y, sobre todo, LiveJournal (LJ, la predilecta, especialmente en el ámbito anglosajón) y el surgimiento del contenedor de vídeo YouTube en 2005, terminaron por desbaratar cualquier barrera para cualquier fan que quisiera compartir su afición, y ha significado la caída en desuso de las listas de correo electrónico y la casi desaparición de los *fanzines*. Asimismo, los comentarios a las entradas facilitaron la tarea para que los creadores obtuvieran *feedback* instantáneo de sus seguidores, y en el caso de LiveJournal ha dado lugar a la multiplicación de comunidades virtuales dedicadas a una misma serie de televisión necesidad de crear una página web con el ahorro de costes que para el administrador de la misma y, a veces, con carácter privado, sólo para los incluidos en la lista de amigos, o *friends list* (*flist* en la jerga de LJ) del administrador de la comunidad (Busse y Hellekson, 2006, pp. 13-17). En YouTube, además, el fan puede crear su propio canal de vídeo dedicado a sus series favoritas, y conseguir suscriptores interesados en sus *fan vids*. En definitiva, si la descentralización ya era de por sí una de las cualidades intrínsecas del fenómeno fan, Internet no hizo más que acentuarla.

Sin embargo, esta atomización del *fandom* no afectó a la visibilidad de sus actividades. La World Wide Web es una ventana abierta a todo tipo de contenidos, y aunque se haya

⁴ *Fic* y *fanfic* son otros términos por los que también se conoce al *fan fiction*, sobre todo, para referirse a textos en concreto.

⁵ Para una explicación más detallada del término *lector beta*, ver el trabajo de Karpovich (2006) reseñado en el Capítulo 5 del Bloque III.

mencionado la aparición ocasional de comunidades privadas al amparo de LJ, lo cierto es que, por primera vez, los contenidos creados por los fans, así como sus opiniones, se encontraban más expuestos que nunca a ojos de nuevos fans que, a su vez, podían suponer portadores potenciales de usos y prácticas inéditas en el *fandom* hasta ese momento. En este sentido, los llamados *lurkers* (“acechadores”) son consecuencia directa del traslado de los colectivos de fans al ámbito online. Se trata de fans que no participan dentro las comunidades ni realizan ninguna actividad en ellas, sino que solo leen foros de discusión y los blogs de otros para mantenerse informados de las últimas noticias o tendencias en la comunidad, todo ello desde una posición muy pasiva y silenciosa, de meros espectadores⁶.

Con todo, Internet no sólo se ha convertido en un gran escaparate para captar la atención de nuevos fans sino que, en línea con los movimientos de convergencia, también ha servido para que empresas mediáticas y académicos de la comunicación se acerquen a la realidad del *fandom* y tomen consciencia de las posibilidades comerciales y de investigación que ofrece este sector de la audiencia. A este respecto, la lealtad de los fans hacia el producto mediático que constituyen el objeto de su *fandom*, el consumo intenso y atento que hacen de él, sus hábitos de producción cultural, y su alto grado de alfabetización mediática (Jenkins, 2006a; Black, 2010; Lachney, 2012) los predispone de forma muy concreta para consumir, sin una preferencia mediática definida (Beddows, 2012), historias desplegadas a través de múltiples medios y lenguajes, así como para participar en la extensión de esos mundos narrativos. En otras palabras, los fans se consideran el público ideal de la narrativa transmedia (Brooker, 2001; Jenkins, 2006a, 2006b; Nikunen, 2007; Beddows, 2012), de tal manera que se produce una revalorización del *fandom* y sus actividades dentro de este contexto, sacándolos de las catacumbas culturales, al tiempo que se liman algunas de las asperezas que han caracterizado la relación entre fans e industrias mediáticas a lo largo de la Historia⁷. La transmedialidad, pues, tiende un puente figurado entre el canon, representado por la industria, y el *fanon*, cultivado dentro de las comunidades de fans.

⁶ Ver Capítulo 5, Bloque III.

⁷ Ver Capítulo 5, Bloque III para una descripción más extensa del concepto de fan, sus actividades y sus complejas relaciones con la industria de los medios de comunicación.

II
ESTADO DEL ARTE

CAPÍTULO 3. Narrativa transmedia: estado del arte

Después de dos capítulos iniciales orientados a ofrecer un contexto de los dos temas nucleares de esta investigación, el presente capítulo tiene por objetivo explorar el vínculo entre narrativa transmedia, *fandom* y *fan fiction*. En primer lugar, ofreceremos un repaso a las diversas aproximaciones y debates teóricos en torno a la transmedialidad. Como veremos enseguida, no estamos ante un fenómeno nuevo ni circunscrito únicamente a la industria del entretenimiento pese al concepto original de Jenkins (2003, 2006a, 2006b) y la propia naturaleza de este trabajo. Nos sumamos la corriente mayoritaria de estudios de narrativa transmedia aplicada ficción a partir del estudio semio-narratológico y etnográfico de los contenidos generados por los usuarios (CGU), que aquí adoptan la forma de las prácticas culturales de los *media fans* televisivos, en concreto, el *fan fiction* (ver Bloque III). Teniendo en cuenta estas consideraciones, y en segundo lugar, profundizaremos en los elementos básicos que configuran una narrativa transmedia de ficción.

3.1. Antecedentes y consideraciones conceptuales

Abrimos el primer capítulo de este bloque aludiendo a la introducción del término *narrativa transmedia* en 2003 con el que Henry Jenkins sistematizaba los procesos de dispersión de contenido por diferentes plataformas que, en ese momento, estaban llevando las franquicias del circuito hollywoodiense como la citada *The Matrix*, y otras también mencionadas por Jenkins (2006a) como *The Blair Witch Project* (Daniel Myrick y Eduardo Sánchez, 1999-2000), *Harry Potter* (Chris Columbus et al., 2001-2011), *Lord of The Rings* (Peter Jackson, 2001-2003). 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. Así, por ejemplo, solo en el ámbito español e iberoamericano podemos destacar los trabajos de Scolari (2009a, 2013a, 2013b); Valencise Gregolin (2010), Porto-Renó, Versuti y Moraes (2011); Hernández Pérez y Grandío Pérez (2011), Grandío y Bonaut (2012), Rodríguez Ferrándiz (2012, 2014); Montoya, Vásquez y Salinas (2013); Vasallo de Lopes (2013); Hernández García, Ruiz y Simelio (2013); Costa y Piñeiro (2014), Tur-

Viñes y Rodríguez Ferrándiz (2014); y Rodríguez Ferrándiz, Ortiz Gordo y Sáez Núñez (2014).

La televisión como punto de origen de numerosas iniciativas transmedia y objeto de profundas transformaciones estéticas en los últimos años, ha despertado un especial interés en los académicos del ramo (Evans, 2011; Smith, 2009; Scolari, 2009b; Booth, 2011; Mittell, 2012-2013; Clarke, 2013). Tampoco podemos olvidar los estudios de caso dedicados a obras específicas con notables desarrollos transmedia como *Alias* (Örnebring, 2007; Clarke, 2009), *24* (Scolari, 2009a), *Fringe* (Belsunces Gonçalves, 2011, 2013; Álvarez Berciano, 2012), *Doctor Who* (Perryman, 2008), *Torchwood* (Hills, 2012), *True Blood* (Hardy, 2011; Rodríguez-Ferrándiz, 2012) y, muy especialmente, *Lost* (Clarke, 2009; Lavery, 2009; Pearson, 2009; Graves, 2011; Mittell, 2009a; Sasaki, 2012; Scolari, 2013a).

3.1.1. Transmedia de la vieja escuela

Pero, en realidad, este modo particular de contar historias está lejos de conformar un fenómeno intrínsecamente ligado a productos culturales contemporáneos, si nos atenemos a la tesis defendida por Carlos Scolari, Paolo Bertetti y Martin Freeman (2014) en su estudio de franquicias transmedia originadas al calor de la ficción *pulp* durante la primera mitad del siglo XX

When scholars or professionals talk about ‘old productions’, they mention *Star Trek* or *Doctor Who*. But if we consider transmedia storytelling as an experience characterized by the expansion of the narrative through different media and, in many cases, by the participation of the users in that expansion, then we could say that this is not a new phenomenon. As early as the 1930s many popular narratives - such as Batman or Mickey Mouse - had been expanded to different media (comic, pulp magazines, radio, etc.). At the same time, the fan communities were very active and participated greatly in their expansion of the fictional world (Scolari et al., 2014, p.6)

Desde una perspectiva que combina arqueología de los medios, semio-narratología y narrativa transmedia, Scolari, Bertetti y Freeman (2014) presentan los casos de tres personajes populares como *Conan el Bárbaro* (fantasía heroica), *Superman* (superhéroes) y el argentino *El Eternauta* (ciencia-ficción). Los tres ejemplos exhiben narrativas implementadas en una variedad de medios, que, si bien por razones históricas no incluyen las plataformas digitales de las que dependen muchos de los proyectos transmedia contemporáneos, sí comparten con estos unos rasgos narratológicos fundamentales: *implicación y expansión narrativa (implication and narrative expansion)*, *serialidad (seriality)* y *vínculos retroactivos ideados para la construcción de mundos (retroactive linkages devised for world-building)* (Scolari et al., 2014). No me detendré sobre estos cuatro conceptos, ya que los revisaré con más detalle en el epígrafe 3.2 cuando abordemos los elementos de una narrativa transmedia de ficción, pero es importante recalcar que, a efectos del análisis textual y en línea con un punto de vista puramente semiótico, esta propuesta teórica no distingue entre textos de origen *top-down*, u oficial, y textos *bottom-up*, o generados por los fans. La agencia de estos últimos, si bien reconocida, no se considera una condición indispensable para definir una narrativa transmedia porque las características textuales de los dos tipos de producciones son esencialmente las mismas. Dado que mi acercamiento a la transmedialidad parte una creación de los fans como es el *fan fiction*, y centro parcialmente mi atención en el estudio de las prácticas productivas que lleva asociadas, considero necesario seguir manteniendo la participación de los fans en la expansión del mundo narrativo como componente clave en la idea de narrativa transmedia.

Aunque el enfoque de Scolari, Bertetti y Freeman fusiona las vertientes *top-down* y *bottom-up*, los autores extienden el mismo criterio de continuidad histórica aplicado a la dispersión mediática a los contenidos generados por los fans, reunidos bajo la denominación general de *fanworks*. En este sentido, la publicación del *fanzine* especializado en ciencia ficción *The Comet* durante la década de 1930 (Coppa, 2006) mencionada en el capítulo anterior puede incluirse dentro de estos testimonios incipientes de fans expandiendo mundos narrativos, al igual que los desarrollos posteriores surgidos en la década 1960 con el surgimiento del *media fandom*. De nuevo, no existía una infraestructura digital que facilitara el acceso de la industria a la fans (y

viceversa), o que permitiera materializar una participación *de facto* en los mundos narrativos, pero la lógica de lo que hoy conocemos como narrativa transmedia ya se detecta en estas prácticas.

3.1.2. Un concepto polifacético

Como hemos visto en el primer capítulo, Jenkins (2003, 2006a, 2007) identifica tres procesos clave dentro de una narrativa transmedia:

- 1) La historia debe expandirse a través de varios medios o plataformas. Por ejemplo, el relato puede comenzar en televisión como una serie, ampliarse en un cómic, incorporar algunos *mobisodios* o *webisodios* y terminar a través de novelas o un largometraje. Impera un principio de unicidad/distinción: cada uno de estos textos debe contar algo diferente y ampliar el mundo narrativo manteniendo una coherencia y continuidad entre las partes.
- 2) La expansión *top-down* gestionada por los productores se complementa con las expansiones *bottom-up* realizadas por los fans y difundidas en plataformas colaborativas como YouTube, Twitter, blogs, wikis o archivos de *fan fiction*. Estas producciones abarcan expansiones respetuosas con el canon propuesto por el mundo narrativo hasta versiones alternativas, parodias, o remezclas (ver Figura 1).
- 3) El mundo ficcional debe permitir ser abordado de forma autónoma a través de cualquiera de las unidades textuales, o puertas de entrada⁸, que lo componen. Prevalece un principio de autosuficiencia/autonomía que demanda que una de

⁸ A este respecto, Askwith (2007, pp. 55-99) ofrece en su estudio sobre *engagement* en la televisión 2.0 una completa clasificación de ocho *touchpoints* o puntos de entrada, a través de los cuales el espectador se involucra en el consumo de una narrativa televisiva. Estos *touchpoints* son: *formal program qualities* (las características propias del programa), *expanded access* (el acceso expandido a ese mismo contenido por diferentes pantallas y plataformas), *repackaged content* (contenido editado o adaptado para su difusión por otros medios), *ancillary content* (contenido que expande la información e historias mostradas en televisión), *branded products* (productos de mercadotecnia), *related activities* (actividades relacionadas donde se incluyen, entre otros, los espacios dirigidos a fomentar los contenidos generados por el usuario), *social interaction* (foros de discusión y redes sociales del programa) e *interaction* (interacciones directas entre espectadores, aparato de televisión y contenido del programa).

esas unidades debe tener un sentido completo. El objetivo final es atraer la atención de varios tipos de usuarios.

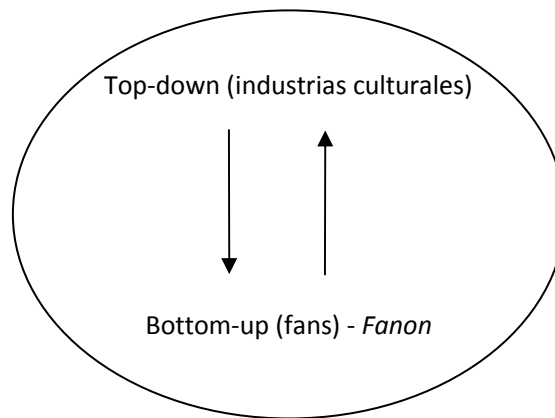


Figura 1. Origen de los contenidos transmedia. Elaboración propia.

Si la expansión coordinada del relato a través de distintos medios y lenguajes no constituye una práctica nueva por sí misma, una revisión de la literatura nos demuestra que el término narrativa transmedia no es ni el primer ni único intento en darle nombre. La nomenclatura de Jenkins, si bien es la más extendida a nivel académico y profesional por su espíritu disruptivo que incorpora explícitamente la contribución textual de los usuarios, es una más dentro de una plétora de términos que describen conceptos y experiencias similares. El catálogo incluye: *transmedia intertextuality* (Kinder, 1991), *multimodalidad (multimodality)* (Kress y van Leuween, 2001), *plataformas múltiples (multiple platforms)* (Jeffrey-Poulter, 2003), *narrativa transmedial (transmedial narrative)* (Ryan, 2003, 2004, 2005), *medios híbridos (hybrid media)* (Baumans, 2004), *intermedialidad (intermediality)* (Grishakova & Ryan, 2010; Sánchez-Mesa, 2012), *crossmedia storytelling* (Dena, 2004a, 2004b), *cross-media* (Bechmann Petersen, 2006), *mundos transmediales (transmedial worlds)* (Klastrup y Tosca, 2004), *intertextual commodity (bien de consumo intertextual)* (Marshall, 2004), *narración sinérgica (synergistic narrative)* (Askwith citado en Jenkins, 2006a), *transficcionalidad (transfictionality)* (Ryan, 2008; 2013), *transmedia practice* (Dena, 2009), *narrativas cross-sitiadas (cross-sited narratives)* (Ruppel, 2009), *pervasive games (juegos ubicuos)* (Montola, 2009) que se unen a otros conceptos con más recorrido como *intermedios (intermedia)* (Higgins, 1965), *interxtualidad* (Kristeva, 1978) o *transtextualidad* (Genette, 1989).

Todas estas aproximaciones procedentes de disciplinas como la Semiótica, la Narratología, la Ludología, los *Media Studies* y los Estudios Culturales dan cuenta, en primer lugar, del vivo debate teórico surgido en los márgenes de la narrativa transmedia, y la complejidad de un concepto que, como ya hemos adelantado en el primer capítulo, se sitúa en el espectro entre la creatividad y la estructura económica de las industrias mediáticas. En segundo lugar, a esta doble dimensión debemos sumar el carácter transversal de la propia idea en tanto que las coordenadas de las prácticas que describe pueden extenderse a ámbitos de no ficción (que van más allá de los límites de este estudio, pero cabe mencionar) como el periodismo (Ford, 2007a; Renó y Flores, 2012), el documental (Gifreu, 2013), o la comunicación comercial (Buckner y Rutledge, 2011).

3.1.3. Entre el márketing...

Retomando las tensiones entre el lado económico-comercial y estético-creativo de la transmedialidad, a continuación haremos una panorámica de los principales debates suscitados alrededor del fenómeno profundizando en algunos de los conceptos alternativos mencionados más arriba. Veamos cómo se articula la lógica económica de la narrativa transmedia.

Desde la perspectiva de los Estudios Culturales y la Economía Política de los Medios, Marshall (2002) habla de una *matriz intertextual* (*intertextual matrix*) integrada por bienes de consumo intertextual, por la que la industria implementa una intrincada red multimedia (cine, videojuegos, libros, revistas...) alrededor de un producto central (por ejemplo, una serie de televisión), al que ninguno de los componentes de la red deja de hacer referencia, con el objetivo de atraer al público y retenerlo dentro de un mismo sistema de entretenimiento (p. 69). Diez años antes, y desde los Media Studies, Marsha Kinder (1991) ya daba cuenta de procesos similares en su estudio de la franquicia originada en el mundo del cómic *Teenage Mutant Ninja Turtles* (TMNT)⁹, sobre la que construyó su teoría de los *supersistemas de entretenimiento* (*entertainment*

⁹ La franquicia TMNT se inició en 1984 con el lanzamiento de una colección de cómics creados por Kevin Eastman y Peter Laird y se completa con una serie de televisión animada, una línea de juguetes, dos películas, una banda sonora original, dos videojuegos para Nintendo, VHS de la serie de televisión y un videojuego para arcade, entre otros productos (Kinder, 1991, pp. 121- 122).

supersystems), es decir, la expansión con carácter marcadamente comercial de una franquicia a través de múltiples plataformas mediáticas

In order to be a supersystem, the network must cut across several modes of image production; must appeal to diverse generations, classes, and ethnic subcultures, who in turn are targeted with diverse strategies; must foster “collectability” through a proliferation of related products; and must undergo a sudden increase in commodification, the success of which reflexively becomes a “media event” that dramatically accelerates the growth curve of the system’s commercial success (Kinder, 1991, p. 123)

La permeabilidad de la narrativa transmedia ha hecho que proliferen en los últimos años estrategias de marketing diseñadas para construir o fortalecer la marca de las franquicias de entretenimiento y, con ello, rentabilizar la implicación de los fans con las mismas (Bolin, 2007; Scolari, 2009a). En este tipo de desarrollos, y sin alejarse de los planteamientos de Marshall y Kinder, se observa una jerarquía clara entre las extensiones del sistema transmedia. En su investigación del drama de espionaje y acción de la ABC *Alias* (2001-2006), Henrik Örnebring (2007) denomina *ur-texto* (*ur-text*) a la extensión o producto central del cual deriva el resto de componentes del sistema que, al mismo tiempo, sirven de apoyo a la promoción de ese ur-texto. Así, según el punto de vista de Örnebring, la serie creada por J.J. Abrams, Alex Kurtzman y Roberto Orci es un ur-texto del que dependen cómics, novelas y juegos de realidad alternativa o ARGs (*alternate reality games*) implementados con el objetivo prioritario de aumentar la conversación en torno a la marca televisiva (2007, p. 450), en contraste con los planteamientos más integradores de Jenkins (2006a). Por su parte, Hardy (2011) y Rodríguez Ferrándiz (2012) llegan a una conclusión parecida en sendos análisis del esfuerzo promocional llevado a cabo por la HBO para el lanzamiento de su dramedia de fantasía vampírica, *True Blood* (2008-2014). En este caso, el núcleo de las complejas operaciones al servicio del ur-texto televisivo se situó en el espacio online en donde se pusieron en circulación todo tipo de contenidos paratextuales como tráilers, sitios web ficticios y aplicaciones en redes sociales. El resultado, argumenta Rodríguez-Ferrándiz (2012), es un “continuo *cross-promotional* [énfasis en el original] que tiende a

enmascarar también los límites entre las estrategias corporativas y las intervenciones del fan” (p. 65), mientras que para Hardy (2012) supone el control del “ensamblaje y diseminación” de las comunicaciones de los propietarios (p. 8).

3.1.4. ... y la estética

Pasemos al plano creativo de la narrativa transmedia. Uno de los principales pulsos argumentales se centra en delimitar las fronteras de la propia idea de transmedia frente a otras prácticas de expansión multimedial como, por ejemplo, el citado *cross-media*. Aunque no es extraño encontrar autores que los consideren como sinónimos (Davidson, 2010; Hernández y Grandío, 2011), existen diferencias sutiles entre ambos basadas en el grado de independencia de los textos que desarrollan el mundo narrativo y el modo de gestionar a los usuarios potenciales. Así, en teoría, el *cross-media* exige al usuario recorrer todas las piezas textuales para comprender la totalidad del relato, mientras que el transmedia, de acuerdo con la definición original de Jenkins (2003), presenta diferentes puertas de entrada que no exigen el acceso a todas ellas para poder disfrutar de una experiencia cognitiva completa. El transmedia presupone contenidos variados en medios y plataformas diferentes pero, también, públicos no homogéneos. La razón principal para esta visión del diseño transmedia está, recordemos, en adaptarse a los intereses y características concretos de una audiencia cada vez más fragmentada, una necesidad que Christy Dena (2009) aborda a partir de su idea de *nivelación* (*tiering*)

Tiering denotes the design of projects that facilitate different points-of-entry into a transmedia fiction through targeting different content (and in many cases media) to different audiences. It is akin to the notion of “polysemous address”, which Jenkins recognizes in television programs that combine genres with the aim of appealing to different audiences (Jenkins 1992, 125)

Con todo, esta nivelación de los contenidos y de sus públicos implícitos (Eco, 1981)¹⁰ no siempre se cumple en la práctica, añadiendo una capa más de complejidad a los límites entre los conceptos de transmedia y cross-media. A fin de facilitar superar la creciente confusión terminológica alrededor de ambas ideas, en su tesis doctoral sobre la *transmedia practice* Dena (2009) propone expandir la noción de transmedia para incluir sistemas cuyas partes muestran un importante grado de interconexión que impide que puedan ser experimentadas autónomamente y, por tanto, puede cerrar puertas de entrada a una parte de la audiencia. Lo contrario, argumenta Dena, significaría “negar la amplitud y diversidad del fenómeno”, ya que la práctica transmedia no sólo está presente en proyectos a gran escala que comportan una variedad de productos monomediáticos (2009, p. 170). Según la autora, “algunas obras son obras transmedia en sí mismas mientras que otras pueden ser transmedia por las relaciones establecidas entre obras” (2009, p. 99).

A partir de un análisis narratológico integrado donde se cruzan teorías como la intermedialidad¹¹ y la transficcionalidad¹², Dena distingue dos tipos de proyecto transmedia, los *fenómenos intracomposicionales (intracompositional transmedia phenomena)* y los *fenómenos intercomposicionales (intercompositional transmedia phenomena)*, a través de los cuales la autora introduce algunas consideraciones relacionadas con la autoría de los proyectos transmedia.

¹⁰ Un punto de vista paralelo a la nivelación de Dena es el de Scolari (2009, p. 597), que adapta a los sistemas transmedia el concepto semiótico de lector implícito o modelo propuesto por Umberto Eco (1981) por la que cada texto construye internamente un lector tipo al que va dirigido. Así, un proyecto transmedia puede generar múltiples consumidores transmedia modelo dependiendo de su relación con las plataformas mediáticas: consumidores de un solo texto, consumidores de un solo medio y consumidores transmedia.

¹¹ “Intermediality was introduced by Aage A. Hansen-Löve (Hansen-Löve 1983) to augment Genette’s transtextual relations between literary texts. Intermediality was needed, Wolf explains, to “capture relations between literature and the visual arts”, but has since developed to encompass all “heteromedial” relations (Wolf 2005a, 252). The study of intermediality “includes not only various genres and groups of texts but also artefacts, performances, installations, and so on” (ibid.)” (Dena, 2009, p. 103).

¹² “The concept of transfictionality covers those practices that expand fiction beyond the boundaries of the work: sequels and continuations, return of the protagonists, biographies of characters, cycles and series, “shared universes,” etc. Transfictionality crosses historical periods as well as boundaries between national literatures or literary genres, it affects literature as well as other media (film, television, comics, etc.), and it penetrates mainstream or experimental literature as well as popular culture. (Saint-Gelais, cited in Ryan 2008, 386)” (Dena, 2009, p. 118).

Un fenómeno intracomposicional es un proyecto transmedia en sí mismo. En esta clase de obras, no cabe el principio de autosuficiencia/autonomía porque cada unidad mediática es “altamente dependiente” (Dena, 2009, p. 99), y se desarrolla en el contexto de una única historia o *composición* (*composition*) sobre la cual gira todo el diseño del proyecto. El énfasis, por tanto, reside en la relación entre las distintas unidades mediáticas dentro de ese entorno. En un trabajo anterior (2004b), Dena denomina *transficción* (*transfiction*) a la estructura que sobre la que se basan los fenómenos intracomposicionales

Transfiction is a single-story told over multiple channels. It can be single-point-in-time (ie: simultaneous media usage) as with the video board game, or alternating between channels (Dena, 2004b, p. 3)

Pensemos, por ejemplo, en un ARG con una línea argumental diseñada para resolver uno o varios *rabbitholes* (enigmas), que se implementa a través de pistas dispersas en blog ficticio en la web, un videojuego, un libro, un CD de música, pero también a través de objetos y acciones de la vida cotidiana como un panfleto o una llamada telefónica. Dentro del ARG, todos los elementos tienen la misma relevancia narrativa en tanto que el usuario no puede dejar de experimentar uno de ellos si desea comprender la totalidad de la historia. Todas las unidades están interconectadas y tienen la misma relevancia narrativa. A un nivel menos complejo también podemos considerar un fenómeno transmedia intracomposicional aquellos proyectos que la propia Dena (2008) considera *seriales multiplataforma* (multi-platform serials) es, decir, aquellas historias que empiezan en un medio y que, por medio de un *cliffhanger* o una sucesión de ellos, guían al usuario al siguiente capítulo de la historia... que se desarrolla en otra plataforma. Otro tipo de proyectos sí presentan una cierta jerarquía entre sus partes, con un texto principal que aglutina los detalles más importantes de la historia y un texto secundario para el que se reservan hechos complementarios a la trama. La fuerte dependencia entre de las unidades en los fenómenos intracomposicionales propicia que estén gestionados por un mismo autor o equipo creativo.

En contrapartida, los fenómenos intercomposicionales plantean un desafío más complejo ya que ponen sobre la mesa varias composiciones autónomas implementadas en distintos medios (pueden ser historias mono-medio hasta pequeños fenómenos intracomposicionales), y que pertenecen a un mismo mundo diegético. Este tipo de despliegues se corresponden, por tanto, con el concepto de transmedia presentado por Jenkins. Según Dena (2009), la autoría de los fenómenos intercomposicionales, normalmente grandes proyectos, recae en manos de distintos autores que pueden llegar a trabajar “aislados, sin una supervisión creativa, o visión compartida” (p. 122). Una situación que, en la práctica, contradice las tesis de defendidas por Jenkins (2006a), Long (2007), Gomez (2007) y la propia Dena (2009) de contar con una figura que controle el proceso de diseño transmedia para garantizar la coherencia del universo narrativo.

La detallada y flexible clasificación de Dena (2009) permite dar una solución efectiva a una de las principales debilidades del concepto presentado por Jenkins (2003) al que también se adhieren autores como Long (2007) y Smith (2009). El criterio de autosuficiencia de las extensiones narrativas, si se me permite hacer un modesto juego de palabras, se revela insuficiente ante los desafíos que surgen en la práctica del transmedia. Además, este principio expone una contradicción interna que considero pertinente destacar a efectos de nuestro objeto de estudio. Jenkins defiende el proceso de expansión realizada por los fans, pero no especifica los términos bajo los cuales se produce. ¿Significa esto que un *fanfic* basado en *Lost* también debe cumplir el principio de autosuficiencia? O, al revés, ¿son el *fan fiction* y el resto de producciones textuales del *fandom* una nación sin ley dentro de las narrativas transmedia? Como veremos en el Bloque V, muchas obras de *fan fiction* se caracterizan por su dependencia explícita del texto base del que se derivan por lo que, adaptando la terminología Dena, se podrían considerar una adición más a un ‘megafenómeno’ transmedia intracomposicional.

Desde la semiótica narrativa, Scolari (2009a) aporta una serie de estrategias de expansión de los mundos ficcionales que nos serán de utilidad para seguir ahondando la cuestión de la autosuficiencia. En su estudio de la franquicia televisiva *24* (FOX, 2001-

2010, 2014)¹³, Scolari destaca una *macrohistoria* (*macrostory*), representada por las nueve temporadas de la serie de televisión, que puede expandirse a partir de cuatro estrategias narrativas diferentes: creación de *historias intersticiales* (*interstitial microstories*), que rellenan el período comprendido entre las temporadas de la serie y “guardan una relación estrecha con la macrohistoria” (2009a, p. 598); creación de historias paralelas (*parallel stories*) que suceden al mismo tiempo que la macrohistoria; creación de historias periféricas (*peripheral stories*), textos con un vínculo residual con la macrohistoria; y *creación de plataformas de contenidos generados por los usuarios* (*user-generated content platforms*), que incluirían wikis, blogs, y *fan fiction*, entre otros. Belsunces Gonçalves (2011, p. 60) amplía la taxonomía de Scolari con la inclusión de dos nuevos conceptos: por un lado, los *elementos narrativos atomizados*, es decir, objetos de la diégesis que no se corresponden con ningún medio específico y que se insertan en lugares y situaciones del mundo real¹⁴; y por otro, historias *preliminares*, el equivalente a las precuelas, o textos situados en tiempo anterior al del inicio de la macrohistoria. Por su parte, García Carrizo y Heredero García (2015) retoman el modelo ampliado de Belsunces Gonçalves para añadir tres elementos más: *precuela*, *profundización en los personajes* y *completar la historia*.

Como se puede observar, algunas de estas categorías, como las historias intersticiales, las historias periféricas, o los elementos narrativos atomizados, sugieren un mayor o menor grado de dependencia con la macrohistoria que impide, una vez más, hablar puramente de autosuficiencia de las extensiones transmedia. Sin embargo, pese a la portabilidad que la perspectiva narratológica aporta al modelo, resulta confuso incluir la creación de plataformas de CGU, que podríamos catalogar como una estrategia de producto, en una clasificación textual de técnicas narrativas. Y, de nuevo, la pregunta que emerge aquí es: ¿debemos presuponer que los contenidos generados por los fans comparten esas estrategias?

¹³ 24 puede ser considerada un buen ejemplo de narrativa transmedia: este mundo narrativo comenzó siendo una serie de televisión que terminó incluyendo mobsodios, websodios, videojuegos para consolas y móviles, cómics, novelas, juegos de mesa y una infinidad de webs tanto oficiales como de la comunidad de fans (Scolari, 2009a).

¹⁴ En su análisis de la franquicia televisiva *Fringe* (FOX, 2008-2013), Belsunces Gonçalves (2011) incluye entre estos elementos atomizados al personaje del Observador, un LP de la banda ficticia Violet Sedan Chair, el sitio web de la corporación ficticia Massive Dynamic.

Si la autosuficiencia/autonomía provoca una limitación innecesaria dentro de un concepto elástico como la narrativa transmedia, el principio de unicidad/distinción se encuentra en el centro del debate alrededor de un procedimiento narrativo tan antiguo como las propias historias: la adaptación. Según la definición jenkinsiana, el contenido de los distintos elementos que componen el mundo diegético transmedia no puede repetirse por lo que, de acuerdo a esta lógica, las adaptaciones se encontrarían de los lindes de la transmedialidad (Jenkins, 2006a; Long, 2007, Mora, 2014). Pero tal y como matiza Dena (2009) la adaptación “es un proceso en el que el adaptador toma decisiones significativas en el plano semiótico” y en donde “se sustraen, contraen y añaden elementos” (p. 152). Y añade: “Una adaptación raramente implica una correspondencia uno-a-uno con el original” (p. 152). Esta postura, refrendada por Scolari, Jiménez y Guerrero (2012) en su estudio de las cualidades compresivas de la narrativa transmedia¹⁵, obliga a replantear la no inclusión de las adaptaciones o traducciones intersemióticas (Eco, citado en Scolari, 2009) en el desarrollo transmedia de una historia. Unido a sus variadas posibilidades narrativas, resulta paradójico que se intente excluir las adaptaciones de una conceptualización de la narrativa transmedia cuando, sobre el terreno, funcionan como puertas de entrada al mundo ficcional (Dena, 2009; Scolari, 2013b)

Muchos niños entraron al universo de *Harry Potter* gracias a los largometrajes, mientras que otros conocieron a los personajes en las páginas de los libros (Scolari, 2013b, p. 49)

Hasta el momento hemos discutido la estética de la transmedialidad como narrativa, pero si la incorporación de ARGs como composiciones en el desarrollo transmedia de series como *Lost*¹⁶ sirve de precedente, el fenómeno también se puede abordar como

¹⁵ Para discusión sobre la compresión narrativa y su relación con la transmedialidad, ver Capítulo 8, Bloque IV.

¹⁶ *The Lost Experience*, el primero de los ARGs vinculados a *Lost* es una co-producción internacional de la ABC (EE.UU.), Channel 7 (Australia), y Channel 4 (Reino Unido) desarrollada entre la segunda y la tercera temporada de la serie. El juego incluía información oculta en webs ficticias, anuncios, vídeos y barritas de chocolate Apollo, que, a modo de elementos narrativos atomizados. Los fans se congregaban en plataformas colaborativas como wikis y foros para, en un ejemplo de inteligencia colectiva, intentar resolver los *rabbitholes*.

una experiencia lúdica, sobre todo, desde el punto de vista del diseño de los proyectos. A propósito de los ARGs, McGonigal escribe

An interactive drama played out in online and real spaces, taking place over several weeks or months, in which dozens, hundreds or thousands of players come together online, form collaborative social networks, and work together to solve a mystery or problem... that would be absolutely impossible to solve alone (McGonigal, 2004, p. 4)

La idea de drama interactivo que también desarrolla en espacios reales se corresponde con los llamados *juegos ubicuos* sistematizados por Montola (2009): juegos que “desdibujan las fronteras tradicionales del juego” y “se infiltran desde el dominio del juego al dominio de lo ordinario” (p.12). Pero la lógica de juego tan característica de los ARG o los *pervasive games*, donde existe un *puppetmaster* (una persona o grupo de personas que diseña y dirige la dinámica), no sólo queda confinada a estos proyectos transmedia intracomposicionales si no que se extiende a otros de carácter intercomposicional. En este caso, Marc Ruppel (2012) introduce una idea imprescindible para entender el funcionamiento interno y la mecánica de consumo de un mundo narrativo desarrollado a lo largo de varias extensiones transmedia: las *señales migratorias* (*migratory cues*), las pistas que el autor coloca dentro de un texto para marcar el camino hacia contenidos presentes en otros medios. En otras palabras, cómo se articula el movimiento del usuario de una extensión a otra

migratory cues are *active* cognitive constructs, devices of storytelling through which various narrative paths are marked by producers and located by an audience through activation patterns, the recognition of both the cue itself as well as the content that it directs the audience to. In this regard, migratory cues represent an always present potential for ‘movement’ within transmedia fiction (Ruppel, 2012, 63)

El establecimiento de señales migratorias que el usuario encuentra y sigue refuerza el carácter juguetón de las audiencias contemporáneas (Wilson citado en Roig, 2008), alentadas por una industria cultural que potencia el juego como fuente de placer estético

dentro sus productos tras la emergencia de unos nuevos medios digitales que fomentan la agencia e implicación de los usuarios (Marshall, 2002). O como lo expone el ludólogo Oliver Pérez Latorre

La “revolución” lúdica de los últimos años va más allá de la extraordinaria emergencia de la industria del videojuego. La cuestión ya no es qué lugar ocupan los (video)juegos; la cuestión es que nuestra cultura, en un sentido muy amplio, se ha vuelto lúdica (Pérez Latorre, 2013, p. 17).

Tras este recorrido por los diferentes debates generados alrededor del concepto general de narrativa transmedia aplicada a ficción, dedicaremos el siguiente epígrafe a comprender los principios operacionales básicos que, según Jenkins (2009a y 2009b), rigen este tipo de relatos, contraponiéndolos a otras aproximaciones teóricas.

3.2. Narrativa transmedia en ficción: mundo narrativo, personaje y juego

En diciembre de 2009 Jenkins publicó una entrada en dos partes titulada ‘The Revenge of the Origami Unicorn’ en su blog *Confessions of an Aca-Fan* en donde presenta los siete principios nucleares que marcan el diseño de una narrativa transmedia destinada al entretenimiento:

- 1) Difusión (*Spreadability*) vs. Profundidad (*Drillability*)¹⁷
- 2) Continuidad (*Continuity*) vs. Multiplicidad (*Multiplicity*)
- 3) Inmersión (*Immersion*) vs. Extraibilidad (*Extractability*)
- 4) Construcción de mundos (*Worldbuilding*)
- 5) Serialidad (*Seriality*)
- 6) Subjectividad (*Subjectivity*)

¹⁷ En su manual sobre narrativas transmedia, Scolari (2013b) traduce *spreadability* como *expansión*. Sin embargo, para evitar confusiones con la expansión narrativa, he optado por otra de las acepciones que ofrece el Oxford Dictionary para el verbo *to spread*: difundir conocimiento. Dado que la *spreadability* implica el uso de redes sociales y no la expansión de la historia, considero que difusión es un término más acertado en este contexto.

7) Realización (*Performance*)

Como veremos en este epígrafe, Jenkins desarrolla a través estos principios algunas de las ideas ya adelantadas en su concepto original (2003, 2006a, 2007), matizándolas, o bien reafirmandolas. En mi opinión, estos ‘mandamientos’ se pueden poner en relación con otros enfoques teóricos procedentes del área de investigaciones sobre narrativa transmedia, de forma que se identifican tres elementos recurrentes bajo los que se engloban estos principios: *mundo narrativo*, *personaje* y *juego*.

3.2.1. *Difusión vs. Profundidad vs. Señales migratorias*

Jenkins concibe los tres primeros principios como una negociación entre procesos opuestos dentro de una narrativa transmedia. De este modo, y empezando por la primera de estas tensiones, la *difusión* hace referencia a “la capacidad del público de implicarse activamente en la circulación de contenido mediático a través de las redes sociales, aumentando su valor económico y cultural” (2009a, párr. 14). En la otra orilla se encuentra la *profundidad*, un término que Jenkins toma del teórico de la narración televisiva Jason Mittell, y que describe la capacidad de las audiencias de explorar, en profundidad, las expansiones narrativas cuando encuentra una historia que captura su atención. Los productores aprovechan este potencial plantando dentro de la historia elementos diseñados para fomentar una implicación a largo plazo, como pueden ser señales migratorias hacia otros medios o también *easter eggs* (huevos de pascua): mensajes cifrados dentro una narrativa como los *glifos* (*glyphs*) que aparecían antes de los cortes publicitarios de *Fringe*, símbolos que encerraban el motivo central del episodio en emisión, o la figura oculta del Observador, una suerte de Wally que el espectador debía encontrar en todos los episodios de la serie (Belsunces Gonçalves, 2011, p. 60; 2013, p. 350)¹⁸. Como apunta Mittell (citado en Jenkins, 2009a) los contenidos *profundos* “implican a menos gente, pero ocupan más de su tiempo y

¹⁸ El uso de *easter eggs* no son una práctica exclusiva de las series de televisión contemporáneas, sino que también llega al mundo de la música. Así, la cantante y compositora de country-pop Taylor Swift coloca palabras ocultas dentro de las letras impresas en las ediciones en vinilo de sus álbumes que nutren la especulación de los *swifties* sobre el motivo inspirador de las canciones. Ejemplo de ello es el vinilo del álbum *RED* (2012) en el cual la letra de “Everything Has Changed” contiene la palabra “HYIANNIS” (errata en el original) en referencia a la villa de Hyannis Port (Massachusetts) donde la artista tenía una casa de verano.

energías en un descenso vertical a las complejidades de un texto” (párr. 15). A diferencia de la difusión, dirigida a usuarios menos implicados, el principio de profundidad apelaría a los usuarios situados en el otro extremo, los fans. La nivelación de los públicos de la que nos habla Dena (2009) se desarrollaría introduciendo elementos dentro de la narrativa que, o bien animen la actividad difusora de la audiencia por las redes sociales (menos implicados), o les insten a profundizar en los contenidos (más implicados). Y es que para Mittell (2009b), la profundidad fomenta “un modo de fandom [sin énfasis en el original] forense que anima a los espectadores a cavar más profundo, a palpar bajo la superficie para entender la complejidad de su historia y relato (p. 15). Parece, pues, recomendable, si el fan debe ‘perforar’ hasta las profundidades de un mundo narrativo (o diégetico) transmedia, que éste deba ser lo suficiente rico, con unos personajes interesantes, y estar estructurado conforme a unos criterios lúdicos que desafíen su curiosidad.

3.2.2. Continuidad vs. Multiplicidad vs. Mito, topos y etos

La *continuidad* es una de las reglas básicas por las que se rige la relación entre las distintas extensiones de un sistema transmedia. Todas ellas han de ser coherentes y plausibles de acuerdo con el canon representado en el mundo diegético transmedia. No importa el medio en donde se desarrolle una nueva historia, las disonancias se censuran. Tal y como señala Jenkins, “muchos fans acérrimos ven en este tipo de continuidad la gran recompensa por haber invertido tiempo y energía en coleccionar las partes dispersas y ensamblarlas en un todo significativo” (2009a, párr. 19). Pero las incoherencias también pueden considerarse una fractura en el proceso de creación de sentido que implica cualquier narrativa transmedia (Dena, 2009; Scolari, 2009a). En este caso, el concepto de *mundos transmediales* (*transmedial worlds*) introducido por Lisbeth Klastrup y Susana Tosca (2004) en su análisis del *Lord of the Rings Online Game* puede ayudarnos a comprender cómo opera la continuidad.

Los mundos transmediales son “sistemas abstractos de contenido a partir de los cuales un repertorio de historias de ficción y personajes puede ser actualizado o derivado a través de una variedad de formas mediáticas” (Klastrup & Tosca, 2004, p. 1). La

naturaleza abstracta de los mundos transmediales facilita, por tanto, su adaptación a distintos tipos de medios y lenguajes, pero no a cualquier precio. En este sentido, las autoras apuntan una “característica distinta” de estos mundos; la audiencia y los diseñadores comparten una misma imagen mental de la *worldness*: “Una idea del espacio y el tiempo del universo, de lo que puedes hacer en él y del tipo de criaturas y humanos que lo habitan” (Klastrup y Tosca, 2004, p. 2). El planteamiento del mundo transmedial como una construcción mental cuyo significado es co-creado entre audiencias y diseñadores, un todo no definido por la materialidad del medio en el que se desarrolla, evoca la visión de Ryan (2004) de la narrativa en cuanto a “imagen mental elaborada por el intérprete en respuesta al texto” (p. 6) que también se aprecia en los trabajos de Eco sobre semiótica interpretativa (1992).

Esta imagen mental, que podríamos equiparar con el canon, viene dada con frecuencia por la primera versión del mundo presentado a la que denominan *ur-universo* (*ur-universe*) o *ur-actualización* (*ur-actualización*), es decir, el mundo narrativo original. La imagen mental canónica, de acuerdo con las autoras, está determinada por tres elementos clave: *mito* (*mythos*), *topos* (*topos*) y *etos* (*ethos*). En primer lugar, el mito es la historia de fondo sobre la que se genera el mundo, la que define “los conflictos y batallas, la facciones (...) y todo lo que necesitamos saber para interpretar correctamente los acontecimientos” (Klastrup y Tosca, 2004, p. 7). En segundo lugar, el topos hace referencia la ambientación del mundo en un período histórico y geografía específica. Por último, las autoras definen etos como

the moral essence of the world, the basic world-view condensed in the ur-actualisation and continuously developed and upheld in later instantiations. It pervades the codex of behaviour of the different inhabitants, allowing us for example to tell if an event, a characterisation or even an utterance ‘belong’ or not to that world (Klastrup y Tosca, 2004, p. 9)

Mitos, topos y etos son, en conjunto, los mecanismos de control de la continuidad en un mundo diegético transmedia al que se adhieren tanto como productores como fans. Sin embargo, como ya hemos adelantado al principio de este epígrafe, Jenkins realiza

algunas observaciones a su concepto original de narrativa transmedia. El resultado de esos matices es el principio de *multiplicidad*, que en apariencia iría en contra de la necesidad de que todas las extensiones transmedia sean fieles al canon establecido en el ur-universo. Veamos un ejemplo sencillo. En la primera de las adaptaciones cinematográficas del cómic de Marvel *Spider-Man*, dirigida por Sam Raimi en 2001, vemos cómo el personaje de Peter Parker, en lugar de inventar la sustancia que proyecta por los famosos lanzarredes que ata a sus muñecas, las genera él mismo de forma natural como si fuera una auténtica araña. Este cambio supone una ruptura con el mito del mundo narrativo del trepamuros, y sienta las bases para una actualización alternativa del texto base en las que ya no se contemplan situaciones dramáticas como el personaje quedándose sin redes en plena lucha contra el Duende Verde, o otras de corte más cómico, como Parker cayendo al vacío en pleno balanceo por Times Square. La multiplicidad observada en el universo narrativo de *Spider-Man* es moneda de cambio habitual en el resto de franquicias de la editorial Marvel o de DC dentro de su negocio original, los cómics, donde son frecuentes los *reinicios* (*reboots*) del mundo ficcional, estableciendo así varias versiones alternativas paralelas¹⁹. No dejemos de mencionar un caso llegado directamente de las pantallas de televisión: en la adaptación estadounidense de Sherlock Holmes, *Elementary* (CBS, 2012-), John Watson es Joan Watson, y los misterios se trasladan de Londres a Nueva York modificando una de las piedras fundacionales de la historia de Arthur Conan Doyle.

Una lógica de juego subyace tras la creación de múltiples versiones del universo ficcional, pero esta doble corriente entre preservar el canon (continuidad) y transformarlo (multiplicidad) no sólo existe en la esfera *top-down* sino que se cuele en las bases del *fandom*. Los fans, además de disfrutar ensamblando las piezas del canon, también lo hacen jugando a imaginar y producir versiones alternativas de los personajes que pueblan los mundos narrativos, tal y como se puede observar en la ya mencionada tradición genérica del *slash*. Según Jenkins, el concepto de multiplicidad

¹⁹ Jenkins (2009b, párr. 19) menciona el caso de la serie de cómics *Ultimate Spider-Man* que convive con *The Amazing Spider-Man*, la serie clásica inaugurada por los creadores del personaje, Stan Lee y Steve Ditko en 1962. Si bien *The Amazing...* es la portadora oficial de la continuidad en el mundo narrativo del trepamuros, es interesante añadir que, principios de la década de los 2000, la serie pasó por el tamiz del *reboot* para precisamente reparar los errores de continuidad que se habían ido acumulando a lo largo de casi cuarenta años de historia del personaje.

permite incorporar oficiosamente las producciones de los fans, sin el sello sancionador de los productores originales, al sistema transmedia generado alrededor de lo que él denomina *mother ship*, el texto germinal

The concept of multiplicity paves the way for us to think about fan fiction and other forms of grassroots expression as part of the same transmedia logic – unauthorized extensions of the “mother ship” which may nevertheless enhance fan engagement and expand our understanding of the original. For those franchises where there is a strong desire to police and preserve continuity, fan fiction can be experienced by producers as a threat (...) but where we embrace a logic of multiplicity, they simply become one version among many which may offer us interesting insights into who these characters are and what motivates their behaviour (Jenkins, 2009a, párr. 22).

Con la noción de multiplicidad, Jenkins da una respuesta más concreta al lugar que ocupan las creaciones de los fans dentro de los sistemas transmedia, pero lo hace desde una óptica industrial separando la propiedad intelectual de los autores originales de la apropiación de la obra que realizan los fans. Bajo este punto de vista, toda producción fan se consideraría una versión alternativa de la obra. No obstante, los límites no parecen demasiado claros si abordamos el fenómeno desde una perspectiva textual, sobre todo, si la fuente de placer de escribir *fan fiction* no reside tanto en alterar el mundo diegético sino en *continuarlo* en el texto, e intentar que la nueva expansión permanezca fiel al canon indefinidamente para evitar caer en el foso de los universos alternativos. Además, cuando nos acercamos a un sistema transmedia reconocemos una corriente *bottom-up* integrada por fans que contribuyen a la ampliación textual de mundos narrativos creados por una presencia *top-down* pero, ¿y si el origen de algunos contenidos transmedia fuera *bottom-to-bottom*, de fan a fan? Parte del trabajo que llevo a cabo en esta investigación se centra en contestar a ese ‘what if?’²⁰

²⁰ Para una descripción de los objetivos y preguntas de investigación de esta tesis consultar el Capítulo 4 del Bloque III.

3.2.3. Inmersión vs. Extraibilidad vs. Artefactos diegéticos

A través de la *inmersión* “el fan se adentra en el mundo narrativo” (Jenkins, 2009b, p. 4), mientras que por medio de la *extraibilidad* toma en su mano aspectos de la historia y los utiliza en su vida cotidiana. Los videojuegos en primera persona y los ARG reflejan de forma muy concreta la experiencia de inmersión en un universo ficcional, y que va ligada al amplio margen de agencia que estos entornos conceden al usuario. Aplicada al contexto de un mundo ficcional transmedia, la inmersión se puede considerar un principio previo al de la profundidad; el fan se deja envolver por la ficción antes de comenzar a perforar. Pero a la vez que el fan vive sumergido en el mundo narrativo, éste debe dar algo a cambio, algo que sea *extraíble* y permita al fan seguir disfrutando de esa ficción en el mundo real. Es el caso de los juguetes y disfraces, pero quizá donde mejor se observa el principio de extraibilidad es en los llamados *artefactos diegéticos* (*diegetic artifacts*) (Askwith, 2007), es decir, objetos y textos presentes exclusivamente en la ficción que también podemos utilizar en nuestra vida diaria, desdibujando una vez más las fronteras entre lo ficticio y lo real. Así, las novelas policíacas escritas por el personaje de Richard Castle, inspiradas en los casos que resuelve junto a la detective Kate Beckett en *Castle* (ABC, 2009-), se publican en el mundo real con su nombre²¹.

3.2.4. Construcción de mundos vs. Hiperdiégesis vs. Narrativa implicada

Difusión, profundidad, continuidad, multiplicidad, inmersión y extraibilidad representan movimientos simultáneos en puja que alimentan al “arte de crear mundos” que es la narrativa transmedia. Jenkins no olvida esta premisa fundacional (2003, 2006a) y la convierte en la cuarta ley que gobierna la transmedialidad en una ficción. La *construcción de mundos* sería el principio central del que dependen los demás de acuerdo con las perspectivas aportadas por el propio Jenkins y una gran mayoría de investigadores de la transmedialidad (por ejemplo, Askwith, 2007; Long, 2007; Dena, 2009; Ruppel, 2012) y profesionales como Jeff Gomez (2007). Como hemos visto, el mito, topos y etos (Klastrup y Tosca, 2004) son los pilares que sujetan un mundo

²¹ La novela *Heat Wave* ‘escrita’ por Richard Castle escaló hasta el puesto número seis de la lista de *best-sellers* de The New York Times en noviembre de 2009 (The New York Times, 2009).

transmedia, pero al mismo tiempo y, siguiendo a Jenkins (2009b, párr. 6), se han de desarrollar mundos que puedan soportar múltiples personajes e historias a través de múltiples medios. Dicho de otro modo, la concepción del universo narrativo transmedia ha de intentar imitar, en lo posible la cualidad inconmensurable del universo. El académico de los *Fan Studies* Matt Hills nos ofrece una mirada a este razonamiento con su concepto de hiperdiégesis (*hyperdiegesis*)

the creation of a vast and detailed narrative space, only a fraction of which is ever directly seen or encountered within the text, but which nevertheless appears to operate according to principles of internal logic and extension (Hills, 2002, p. 104)

La hiperdiégesis, se puede equiparar con el hábito de los fans de construir su propia “imagen mental de la *worldness*” (Klastrup y Tosca, 2004), supone la existencia de un mundo narrativo anterior y muy superior en tamaño a un texto intrínsecamente limitado en donde el autor solo puede mostrar una parte de ese mundo, y sugerir las demás. Hills considera la hiperdiégesis una “forma de narrativa implícita” (2002, p. 159) que ejemplifica la *capacidad enciclopédica* inmensa que Janet Murray asocia a las narraciones surgidas en los entornos digitales, instando a los públicos a buscar información nueva que va más allá del texto, muy en línea con las teorías de la ludificación de la cultura contemporánea (Marshall, 2002, 2004). Jenkins (2006a, p. 118) también adopta la tesis de Murray en su concepto de narrativa transmedia, sobre todo, en lo referido a la actividad de los fans. Pero el trabajo de Hills (2002) es particularmente interesante porque empata con las teorías de la *implicación y expansión narrativa* (*narrative implication and expansion*) de Gregory Steirer por citadas Scolari, Bertetti y Freeman (2014) (ver epígrafe anterior). Según Steirer, mediante el mecanismo de implicación narrativa, “los detalles de una historia individual, autocontenida apuntan hacia historias adicionales, acontecimientos, personajes o lugares que no han sido completamente desarrollados en la historia” (citado en Scolari et al. 2014, p. 42). En este sentido, las señales migratorias de Ruppel (2012) funcionarían como un dispositivo al servicio de la implicación narrativa dentro de un sistema transmedia. Un ejemplo de ello lo encontramos la tercera de las precuela de la saga *Star Wars*, *Episode III: The*

Revenge of The Sith (George Lucas, 2005), en donde el personaje de Anakin Skywalker, futuro Darth Vader, aparece con una cicatriz en su ojo derecho que no tenía en la película anterior *Episode II: Attack of the Clones*. ¿Cómo se la hizo? Esa herida conforma, en sí misma, una señal migratoria hacia la serie animada *The Clone Wars* (Cartoon Network, 2003), creada por Genndy Tartakovsky, que relata los hechos ocurridos en los tres años que transcurren entre *Attack of the Clones* y *The Revenge of The Sith*. *The Clone Wars*, una historia intersticial, usando las palabras de Scolari (2009a), es una clara expansión narrativa.

La expansión del mundo ficcional supondría una exploración efectiva del mundo implícito, aunque éste sigue manteniendo sus rasgos inabarcables. Expandir una narrativa conlleva ir “más allá de los confines de un texto individual, de forma que muchos de los personajes originales, lugares e historias se ponen en reserva y/o se desarrollan en encuentros con nuevos personajes, lugares y acciones” (Steirer citado en Scolari et al. 2014, p. 42). Desde el punto de vista del usuario, y a la luz de estas consideraciones, consumir un texto individual sería como observar las estrellas sin telescopio; sabemos que están ahí arriba, nos hacemos una idea de su forma, ahora bien, no sabemos el aspecto específico que tienen. Por ello, como señala Jenkins, para experimentar cualquier mundo ficcional los consumidores

must assume the role of hunters and gatherers, chasing down bits of the story across media channels, comparing notes with each other via on- line discussion groups, and collaborating to ensure that everyone who invests time and effort will come away with a richer entertainment experience (Jenkins, 2006a, p. 21)

Para Mark J.P. Wolf (citado en Scolari et al., 2014, p. 11), la construcción de mundos ficcionales también comporta establecer *vínculos retroactivos* (*retroactive linkages*) entre “mundos creados de manera independiente, y que ya existían de forma separada, normalmente por medio de un personaje que aparezca en ambos mundos, o por la revelación de que los dos mundos comparten (...) un vínculo geográfico”. El autor la considera una práctica habitual en autores que desean “unificar su tarea de construcción

mundos en una sola entidad”, si bien destaca los motivos comerciales que la impulsan, como la de aumentar las ventas de obras anteriores.

3.2.5. Serialidad y subjetividad vs. Una narrativa transmedia basada en los personajes

La *serialidad* es el quinto principio estipulado por Jenkins (2009b, p. 14) para quien la narrativa transmedia es “una versión hiperbólica del serial”, el tipo de relato que perfeccionaron las grandes figuras literarias del siglo XIX, con Alexandre Dumas y Charles Dickens a la cabeza. Así, en el serial transmedia que imagina Jenkins, las piezas significativas de información “se dispersan no sólo a través de múltiples segmentos dentro del mismo medio, sino a través de varios sistemas mediáticos”. De forma similar al principio de multiplicidad, la introducción de una dialéctica serial parece ir en contra de lo predicado por Jenkins en sus primeras consideraciones acerca de la narrativa transmedia, lastradas por un énfasis exagerado en la autosuficiencia de las extensiones narrativas (2003, 2006). Aunque, a decir verdad, la autonomía mostrada en ellas también se puede entender como parte de una serialidad no lineal, en donde el nexo de unión son los personajes. (Bertetti, 2013). En cualquiera de los casos, y como indica Sam Ford (2007b, párr. 14), la serialidad “se ha convertido en una parte deliberada en la creación de mundos narrativos inmersivos” que se caracterizan por exhibir una estructura serial, varios autores, un sentido de la continuidad a largo plazo y un profundo listado de personajes.

A propósito de los personajes, la prevalencia del mundo ficcional como el código fuente de una narrativa transmedia ha provocado en los últimos años algún que otro debate apasionante acerca de la función que cumplen los personajes en la construcción de este tipo de relatos. Para el semiótico Paolo Bertetti (2013), el concepto de personaje transmedia no es sólo una noción entre varias vinculadas a la narrativa transmedia, sino que es “la plataforma para una lógica diferente de construcción de un transmedia que se fusiona con la lógica (...) centrada en la idea de un mundo ficcional (o diegético) compartido” (p. 2346). Bertetti relaciona esta supremacía del mundo diegético sobre el personaje con el hecho de que las producciones transmedia que forman parte del *corpus*

de estudio del área son proyectos realizados en los últimos años a rebufo de la convergencia mediática, y no obras “viejas formas de franquicias transmedia en las que puede haber una lógica no centrada en compartir un mundo sino en compartir un personaje” (p. 2346), y cuyo desarrollo responde a un patrón serial²². En el Capítulo 2 vimos cómo las raíces del *fan fiction* anteceden a las de la convergencia mediática, y dado que algunas de estas producciones ponen un especial interés en la configuración de los personajes (como en el ya célebre ejemplo del Capitán Kirk y Spock), resulta pertinente adoptar esta mirada más global a las bases de la narrativa transmedia en nuestra investigación sobre el *fan fiction* dentro de este contexto.

Una reivindicación del papel de los personajes se hace todavía más evidente cuando ponemos los ojos en el sexto principio del *transmedia storytelling*, la *subjetividad*, bajo la cual se organizan todas las experiencias y puntos de vista de unos personajes secundarios que, de entrada, no son precisamente pocos en número. Lo dijimos en el primer capítulo: uno de los rasgos de la compleja estética que rodea a la televisión de los últimos años (Mittell, 2012-2013) es la multiplicación de los personajes (Scolari, 2009b) como bien lo documenta *Lost*. En su primera temporada la serie contaba con catorce personajes que se fueron ampliando con la llegada de las sucesivas extensiones transmedia (Scolari, 2013b, p. 14) en donde se desarrollaban sus historias.

3.2.6. Realización vs. Trans-transmedia y ‘Fan Labor’

Finalmente, la *realización* hace referencia, por un lado, a la capacidad *de facto* que tienen los fans de expandir el mundo narrativo transmedia gracias a su producción textual (llámese *fan fiction*, *fan art*...), y por otro, a la capacidad de los productores de aprovechar este impulso creativo de los fans dentro de la franquicia transmedia. Como ya adelantamos en los Capítulos 1 y 2, la convergencia mediática ha sacado a los fans del extrarradio de ciudad cultura y les ha ofrecido un loft en el centro. Según Jenkins (2009b, párr. 21), “a los productores [de televisión] se les pide que piensen en lo que los

²² Bertetti ofrece una versión más amplia de este pensamiento en su estudio del personaje Conan el Bárbaro dentro de la colección sobre arqueología transmedia de Scolari, Bertetti y Freeman (2014).

fans van a hacer con sus series, y que diseñen espacios para su participación activa”. Y, al mismo tiempo, se espera que las audiencias adopten las prácticas y usos de los fans, y aumenten su experiencia televisiva en Internet, dando lugar a un proceso que Nikunen (2007) califica de *fanificación* (*fanification*) de las audiencias.

Desde los *Fan Studies*, Suzanne Scott (2008) ha mostrado su preocupación por que las nuevas propuestas narrativas basadas en modelos transmedia acaben por disuadir a los fans de generar sus propios textos. Basándose en el despliegue transmedia en la versión moderna del clásico televisivo de ciencia ficción *Battlestar Galactica* (SyFy, 2004-2009), y la cercanía con los fans de su creador, Ronald D. Moore, Scott afirma que los autores o productores animan a los fans a consumir contenido autorizado, u oficial, que, con frecuencia, imita las mismas características asociadas a las narrativas producidas por los fans (rellenar los huecos de la trama, explorar universos alternativos, expandir la historia de un personaje secundario, etc.), de forma que se limita su trabajo especulativo e interpretativo y se refuerza la figura del autor (Scott, 2008, p. 212). Este escenario sería potencialmente adverso para aquellos fans productores cuya “apropiación juguetona” (Roig, 2008, p. 666)²³ se basa en conservar la continuidad y coherencia del canon

Being “Moored” by an abundance of “authorized” convergence content is also a threat. For those fan producers looking to forge collaborative relationships with the ever-expanding *BSG* canon, there is a continuously diminishing amount of time of their narratives to be consumed and embraced by other fans before being replaced by authorized content (Scott, 2008, p. 2015)

En una línea similar a la de Scott, Hills (2012) se muestra escéptico ante los beneficios que los sistemas transmedia suponen para la producción del *fandom*, y para aliviar la

²³ Tal y como afirma Roig, la apropiación juguetona de los fans “no es banal sino que se configura como una práctica cultural productiva que ‘juega a’, pero también ‘juega con’, de manera que en ocasiones llega a transgredir las reglas de las industrias culturales cuestionando los modelos productivos cerrados y los límites sobre la ‘propiedad’ del producto cultural’ (2008, p. 666).

tirantez que tradicionalmente ha caracterizado las relaciones entre productores y fans²⁴. Hills acuña el término *trans-transmedia* con el que no sólo describe el flujo de las extensiones narrativas por diferentes medios y plataformas, sino también la apropiación del discurso de los fans por parte de la industria mediática (como sugiere Scott en su estudio de *Battlestar Galactica*) con el doble objetivo de servir al fan, pero al mismo tiempo de “gestionar y proteger el valor de marca de una serie de televisión”. Así, las extensiones transmedia, que Hills estudia en el contexto del *spin-off* de *Doctor Who*, *Torchwood* (BBC/Starz TV, 2006-2011) representarían una forma de *fanagement* encaminado a gestionar y anticipar las críticas de los fans así como “intentar poner fin a la resistencia de los fans a los cambios diegéticos y de producción” (p.410).

Unlike “fan-tagonism” (Johnson, 2007) which symbolically disciplines fan practices by incorporating images of fandom into the TV text’s diegesis, transmedia ‘fanagement’ appropriates fan readings in a similarly disciplining manner, but a niche, paratextual level (Hills, 2012, p. 410)

Como hemos podido observar, la propagación de la narrativa transmedia como práctica que fomenta la colaboración entre industria mediática y *fandom* suscita nuevas problemáticas asociadas al control creativo de los universos ficcionales transmedia, que se unen a los ya recurrentes debates acerca de la propiedad intelectual. Sin embargo, la naturaleza gratuita de gran parte de las producciones de los fans, fruto de la implicación emocional con su objeto de *fandom* (De Kosnik, 2007; Hellekson, 2009), y las características de la Web como plataforma de distribución abierta, han servido de acicate para otro tipo de críticas relacionadas con la explotación comercial del trabajo afectivo y desinteresado de los fans (Milner, 2009; De Kosnik, 2013). Marianne Martens (2011) ofrece un ejemplo de este problema en su investigación de la novela juvenil transmedia *The Amanda Project*, un ‘book in progress’ de la editorial Harper Collins escrito a partir de las contribuciones de las usuarias adolescentes. A través de este caso, Martens (2011) expone una situación paradójica: mientras las jóvenes crean contenido y ejercen de evangelizadoras del libro a coste cero, a la vez, son utilizadas

²⁴ La tensión entre productores y fans es un reflejo de la resistencia cultural que algunos autores (Jenkins, 1992) vinculan a la facetas productiva y activista del *fandom*. Para un desarrollo más detallado de esta cuestión, ver Capítulo 5, Bloque III, dedicado al marco teórico de la presente tesis.

como mercancía por las mismas compañías que producen libros y música para su consumo (p. 56), y censuran y manipulan los espacios de participación “para lograr el mejor márketing y branding posible” (p. 65). Si bien la cuestión del llamado *fan labor* (“trabajo del fan”) se encuentra fuera del enfoque metodológico de esta tesis, se trata de uno de los temas que más discusiones viene acaparando en el área de los Fans Studies en los últimos años, como así lo demuestra la publicación en 2014 de un monográfico en el *Journal of Transformative Cultures* titulado *Fandom as/and labor*, editado por Mel Stanfill and Megan Condis.

III

OBJETIVOS, MARCO TEÓRICO Y METODOLOGÍA

CAPÍTULO 4. Objetivos de la investigación

A continuación se describen los tres grandes objetivos sobre los que se articula esta tesis doctoral. Cada objetivo se desarrolla en forma de preguntas de investigación a las que se dará respuesta a lo largo de los bloques IV, V y VI, respectivamente:

1) Comprender cómo se articula la participación y creatividad de los fans dentro de una franquicia transmedia a partir del estudio de sitios web y redes sociales de series de televisión.

- ¿Cuáles son los tipos de participación implícitos en los sitios web? (Capítulo 7)
- ¿Por qué se comprime la narrativa de una ficción televisiva? (Capítulo 8.1.)
- ¿En qué medida las redes sociales y la participación de los fans en estos espacios son utilizadas para expandir la narrativa de las series de televisión? (Capítulo 8.2)

2) Analizar el doble comportamiento del *fan fiction* como modalidad narrativa de expansión transmedia. En primera instancia como modalidad *bottom-up* dependiente de un texto base (en este caso, universos narrativos transmedia originados en series de televisión) y, en segunda, como una modalidad *bottom to bottom*, independiente, capaz de generar expansiones narrativas y nuevas hipertextualidades a partir de la diégesis propuesta por el *fan fiction*, no por el texto base transmedia.

- ¿Cómo operan las estrategias narrativas transmedia en los *fanworks*? (Capítulo 9)
- ¿Bajo qué formatos textuales se presentan los *fanworks*? (Capítulo 10)

- ¿Existe movimiento de comprensión en el *fan fiction*? (Capítulo 11)

3) Comprender la práctica del *fan fiction* en el contexto transmedia.

- ¿En qué medida se utilizan las extensiones transmedia para la creación de *fan fiction* derivado? (Capítulo 12)
- ¿Cuál es el impacto de la escritura y lectura de *fan fiction* en las competencias interpretativas de los fans? (Capítulo 13)

Cabe aclarar que la organización y contenido específico de los objetivos obedece a una lógica inmersiva, transitando de la periferia al centro de los contenidos generados por los usuarios. En primer lugar, se pretende reflejar el posicionamiento creativo de los fans dentro de cada fuente de contenido transmedia. De este modo, partimos de entornos *top-down*, u oficiales (Objetivo 1) como webs y redes sociales televisivas para posteriormente adentrarnos en escenarios *bottom-up* y *bottom-to-bottom*, o no oficiales (Objetivos 2 y 3). En segundo lugar, y ya dentro estos dos últimos escenarios, se busca ofrecer un estudio del *fan fiction* como modalidad transmedia, atendiendo a sus características textuales y prácticas.

Fuente/entorno transmedia	Contenido generado por el usuario (CGU)
<i>Top-down</i>	Variedad de CGU localizado en webs y redes sociales de series de televisión
<i>Bottom-up</i> <i>Bottom-to-bottom</i>	<i>Fan fiction</i> basado en series de televisión
Fuente/entorno transmedia	Contenido generado por el usuario (CGU)

Figura 3. Resumen de fuentes de contenido transmedia y CGU estudiados en esta tesis doctoral.

CAPÍTULO 5. Marco teórico y tema de estudio

Esta tesis doctoral ofrece una aproximación al *fan fiction* como modalidad de expansión narrativa en el contexto de la narrativa transmedia de origen televisivo. En concreto, se analizan la capacidad creativa de los fans dentro de una franquicia transmedia oficial, las características del *fan fiction* como texto transmedia y el efecto que las formas de narrar multiplataforma tienen en la producción de *fan fiction* derivado.

En este capítulo realizaremos una revisión del marco teórico a través del que exploraremos el tema de estudio que nos ocupa. Si bien en el bloque anterior reseñamos algunas de las investigaciones más importantes del área de la narrativa transmedia, en este capítulo repasaremos las contribuciones más importantes procedentes del campo de los *Fan Studies* referidas a la práctica del *fan fiction*. Nos centraremos específicamente en trabajos que aborden, por este orden, el concepto de fan, los distintos tipos de actividades llevadas a cabo por los fans, y las diferentes miradas teóricas al *fan fiction*. El capítulo concluye con una delimitación precisa de nuestro objeto y ámbito de estudio a partir de las ideas presentadas hasta este momento.

5.1. Conceptualizando al fan

Aunque la tradición de los Estudios de Audiencia se remonta a finales de la década de 1920 (Lasswell, 1927), los estudios acerca del fenómeno fan no empezaron a constituirse como área de investigación diferenciada hasta la mediados de la década de 1980, con las investigaciones pioneras de Radway (1984), Ang (1985), Tulloch (1983, 1986), Fiske (1987, 1989). Con todo, el campo se veía fuertemente lastrado por estereotipos negativos y una visión del fan como un individuo desequilibrado o enfermo (Lewis, 1992; Jenson, 1992; Grandío, 2009). Tal y como sugiere Burchill en su crítica a la cultura de las celebridades:

A harmless crush can become a clinical obsession when held a beat too long. The fan has no power over the performer but to destroy... The thin line between love and hate, between free will and fate, gradually disappears for the fan in the

attic, lumping around his unacknowledged, unwanted love (Burchill citada en Jenkins, 1992a, p. 14)

El punto de vista de Burchill no se diferencia demasiado de la idea de fanático que dio origen al término ‘fan’. Según apunta Daniel Cavicchi (citado en Beddows, 2012, p. 96) en su estudio del *fandom* de Bruce Springsteen, los primeros registros de uso de la palabra se remontan a la Inglaterra del siglo XVIII, donde se utilizaba como abreviatura de *fanático*, adjetivo común para calificar a personas presas del fervor religioso y la enajenación. Esta concepción primaria del fan ha continuado vigente en el imaginario popular trufado de imágenes de fans femeninas sufriendo crisis nerviosas y desmayos ante la visión de estrellas de la música pop rock, siendo The Beatles el ejemplo icónico (Ehrenreich, Hess y Jacobs, 1992).

5.1.1. El fan resistente

Sin embargo, el escenario se revolucionaría con la publicación, en 1992, de tres obras seminales que rompieron con este retrato nocivo del fan de los medios de comunicación, y establecieron las coordenadas básicas para comprender los *Fan Studies* en la actualidad. Estamos hablando de *The Adoring Audience*, editado por Lisa A. Lewis, *Entreprising Women*, de Camille Bacon-Smith y, muy en particular, *Textual Poachers. Televisión fans and Participatory Culture*, de Henry Jenkins. Influenciados por el giro etnográfico de la tercera generación de los Estudios Culturales Británicos liderados por David Morley (Gómez Vargas, 2011), los tres trabajos tienen en común su férrea defensa de la cultura de los fans como “un fenómeno complejo, multidimensional, que incluye varias formas de participación y niveles de entretenimiento” (Jenkins, 1992a, p. 2).

Basándose en las aportaciones de Michel de Certeau (1984) referentes al consumo cultural en instancias de la vida cotidiana, Jenkins ve a los fans como “cazadores de textos” (*textual poachers*), es decir, un tipo de audiencia: 1) con capacidad crítica, organizada en comunidades interpretativas; 2) capaz de convertir su disfrute en una sofisticada experiencia de participación cultural; 3) y practicante de un consumo activo

que le lleva a establecer contacto con los productores de su objeto de *fandom* para influir en sus decisiones. Jenkins, que aborda su estudio desde el punto de vista híbrido del *aca-fan* (un académico que investiga tanto en calidad de académico como fan) insiste especialmente en la faceta productiva del fan. Inspirado por una mezcla de fascinación/adoración y frustración/antagonismo (Jenkins, 1992a, p.24) por los materiales que consume a través de los medios de comunicación (concretamente, Jenkins estudia a los fans de las series de televisión), el fan se apropia de ellos para producir nuevas interpretaciones y textos alternativos (en forma de *fan fiction*, *fan art*, *fan vid*, o ensayo crítico). Una posición compartida por John Fiske (1992) quien, amparándose en los postulados de Pierre Bourdieu (1984), sostiene que los fans crean cultura a partir de sistemas de producción y distribución propios, estableciendo “una economía cultural en la sombra”, caracterizada por su carácter dual de encontrarse fuera de las industrias culturales y, a la vez, compartir algunos rasgos con las mismas. En otras palabras, los fans reinterpretan y se apropian el contenido que consumen en los medios de comunicación para crear manifestaciones culturales populares “similares, pero significativamente diferentes de la cultura de otras audiencias populares “normales” (1992, p. 30). Asimismo, el conjunto de estas prácticas contribuye, según Fiske, a la acumulación de un *capital cultural de los fans* (*fan cultural capital*) asentado en la apreciación y conocimiento profundo de textos, acontecimientos y actores que intervienen en ellos. Pero, a diferencia de lo que ocurre con el conocimiento cultural oficial, advierte Fiske, los fans acumulan conocimiento para aumentar su poder y participación en el texto industrial original, no sólo para incrementar su prestigio como expertos (1992, p. 43). Sin despreciar la importancia del capital cultural, Hills (2002) opina que los fans necesitan algo más si pretenden materializar su deseo de participar en los textos que consumen. Por ello e, igualmente basándose en Bourdieu, Hills propone el concepto de *capital social de los fans* (*fan social capital*) que define como “la red de amigos y conocidos dentro la comunidad de fans que posee un fan, así como el acceso a los productores y personal profesional vinculado a su objeto de *fandom*” (2002, p. 30).

La distinción discursiva entre normal y anormal, oficial y no oficial, reforzada por la idea de “categoría escandalosa” que Jenkins (1992a, p. 15) aplica a los fans como colectivo, encuentra su fundamento en la noción de gusto desarrollada por Bourdieu

(1984). Según el filósofo francés, el gusto es un indicador de los intereses de clase. Lo que parece un proceso natural, en realidad, depende de factores sociales y culturales presente desde nuestra más tierna infancia. Así, el llamado buen gusto se construye a partir de las opiniones de aquellos que nos rodean y se asienta mediante la agencia de las instituciones sociales (familia, centros educativos...). Aquellos cuyo gusto coincide con los parámetros de lo que se considera apropiado pasan a formar parte del estrato privilegiado de la sociedad. Según Jenkins (1992a, p. 17), los fans, mediante la reinterpretación, reapropiación y reescritura de los artefactos culturales, transgreden las normas del buen gusto burgués y las jerarquías culturales dominantes, y por tanto, “sus preferencias son consideradas anormales y una amenaza por aquellos que tienen interés en mantener esos estándares”. Esta tensión entre fans y buen gusto, en una suerte de David vs. Goliath cultural, es la misma en la que se basa Fiske (1992, p.30) cuando relaciona el gusto cultural de los fans como colectivo/comunidad, o *fandom*, con el de grupos humanos desfavorecidos ya sea por razón de género, edad, clase o raza. Semejante posición de desventaja, o marginalización, llevó los autores de esta primera generación de los *Fan Studies* a considerar la resistencia cultural como uno de los rasgos definitorios del *fandom*. Y la actitud resistente se pone de manifiesto cuando los fans producen textos derivados de su contacto diario con los medios de comunicación, canalizadores del gusto dominante y de la cultura de consumo capitalista.

5.1.2. El fan consumidor

Sin embargo, esta concepción del *fandom*, marcada por la idea de comunidad y la producción resistente de sus miembros, no tardaría en ser criticada por las siguientes hornadas de investigadores del área surgidas a finales de la década de 1990 y principios de la de 2000 (Abercrombie y Longhurst, 1998; Gwenllian Jones, 2002; Hills, 2002; Pearson, 2003, 2010; Sandvoss, 2005) por su carácter homogeneizador, al no tener en cuenta las circunstancias del fan como individuo singular; y por su deriva utópica, al asumir la ausencia de jerarquías sociales dentro de las mismas comunidades de fans (Bacon-Smith, 1992), obviar la faceta del fan como consumidor de productos culturales y mantener una dicotomía entre fans e industria cultural que se revela obsoleta ante la progresiva unión de fronteras propiciada por el advenimiento de los nuevos medios

digitales. El resultado es una teoría del *fandom* en clave de Arcadia mítica, que Gray, Sandvoss y Herrington (2007) satirizan con el eslogan “Fandom is Beautiful” (“El fandom es bello”).

Como ejemplo ilustrativo de este debate, Hills (2002) cuestiona cuál es el status teórico de aquellos fans que no producen textos, y cuya experiencia se desarrolla principalmente a través del consumo de *merchandising* relacionado con su objeto de *fandom*. Así, afirma que la mayoría de los trabajos académicos en torno al tema (especialmente aquellos afiliados a la corriente de los Estudios Culturales) denotan una cierta confrontación entre consumo y producción en la que el primer componente se ve devaluado y el segundo se ensalza en aras de dignificar al *fandom* como objeto de estudio (2002, p. 30). Una opinión compartida por Kathy Bowrey (2011) para quien los académicos a menudo desprecian aquellos *fandoms* que no cumplen con sus expectativas de describir y analizar audiencias creadoras y que, para Emma Beddows (2012, p. 127), es causante de una distinción “simplista” entre “mal fandom”, determinado por productos (*commodity*), y “buen fandom”, basado en la comunidad (*community*) y, añadimos, la producción textual y el consumo resistente (Hills, 2002, p. 29)²⁵.

Esta problemática tiene su origen en la contradicción inherente a la experiencia del fan en la que éste es un consumidor de medios de comunicación pero a la vez es capaz de mostrar posturas anticomerciales, un binomio que ya está presente en las investigaciones pioneras de Jenkins (1992a). Así, cuando los académicos intentan valorar la producción por encima del consumo (un medio para expresar descontento o resistencia es justamente transformar el objeto de *fandom*, aunque no siempre sea ésta la motivación) se está premiando el segundo componente de la paradoja, de forma que, a juicio de Hills, “se está falseando la propia experiencia del fan” (2002, p. 44). Este autor opta por mantener las contradicciones internas del fan. Para refrendarlas aporta el concepto de *dialéctica de valor* (*dialectic of value*), apoyándose en el antagonismo

²⁵ Cornel Sandvoss (2005) pone en cuestión estas concepciones maníqueas de los *fandoms* no productores de textos en su investigación de los fans de equipos de fútbol. A priori audiencias pasivas, con altos índices de consumo, pero en cuyo seno se desarrollan fuertes identidades colectivas que desafían a menudo la posición y discursos de los productores de su objeto de *fandom*, en este caso, las directivas de los clubs.

materialista entre ‘valor de uso’ (*use-value*) y ‘valor de cambio’ (*exchange-value*) de Adorno. Hills (2002) entiende que el valor de uso y el de cambio no pueden ser completamente separados uno de otro. Esta premisa, aplicada a las actividades del *fandom* implica aceptar que, aunque el fan produzca a partir de un objeto (valor de uso), esta actividad sigue estando dentro del proceso de cambio de valor

The fan’s appropriation of a text is therefore an act of ‘final consumption’ which pulls this text away from (intersubjective and public) exchange-value and towards (private, personal) use-value, but without ever cleanly or clearly being able to separate out the two. It is for this reason that fan ‘appropriations’ of texts or ‘resistances’ to consumption can always be reclaimed as new instances of exchange-value (Hills, 2002, p. 10)

Hills coloca el aspecto consumidor-comercial del fan al mismo nivel de que el productor-cultural, de manera que rehabilita el consumo intenso de productos o textos mediáticos como uno de los rasgos definitorios del fan y, como tal, no debe ser ignorado en la agenda de los *Fan Studies*. Esta aceptación del consumo como parte del conjunto de experiencias que constituye el ‘ser fan’, o como el conjunto de decisiones tomadas por el consumidor “para construir una identidad” en lugar de un efecto del capitalismo (Abercrombie y Longhurst, 1998, p. 32), adquiere una relevancia especial cuando tenemos en cuenta el alcance de la propia paradoja: la faceta productiva del fan no podría darse sin existir un consumo previo. Asimismo, este punto de vista se hace todavía más evidente cuando se pone en relación con los complejos movimientos de convergencia tecnológica, empresarial y cultural promulgados por Jenkins en trabajos posteriores (2004, 2006a). Tal y como hemos explicado en el primer bloque, la narrativa transmedia es una de las expresiones artísticas consecuencia de estas transformaciones, pero suscribiendo el argumento de Beddows en su estudio sobre el consumo de franquicias transmedia, a la vez “exige a los fans una inversión sustancial de tiempo y dinero para entrar en el mundo narrativo” (2012, p.107). Puede afirmarse, por tanto, que allí donde los Estudios Culturales minimizan el rol del fan como consumidor de productos mediáticos las investigaciones sobre narrativa transmedia lo erigen como un

elemento importante a la hora de abordar el fenómeno (Beddows, 2012)²⁶ sin olvidar, claro está, su dimensión como productor. A pesar de esta postura favorable hacia el consumo, y de interés para este trabajo, debemos realizar una matización que creemos relevante con vistas a seguir avanzando en este recorrido por la figura del fan. Beddows (2012), al igual que las fuentes culturalistas a las que critica, limita el concepto de consumo a la compra de bienes y servicios, dejando de lado la capacidad de agencia, los usos, las motivaciones y las finalidades que, según Roig (2013, p. 79), entran en juego en el acto de consumir. Tal y como detalla en su investigación sobre las prácticas culturales vinculadas al cine participativo, el mismo Roig (2008, p.189) parte de la concepto global de Alan Warde (2005) quien se muestra contrario a definir el consumo exclusivamente por su dimensión de intercambio económico, entendiendo el concepto como un proceso presente en momentos de nuestro día a día

I understand consumption as a process whereby agents engage in appropriation and appreciation, whether for utilitarian, expressive or contemplative purposes, of goods, services, performances, information or ambience, whether purchased or not, over which the agent has some degree of discretion (Warde, 2005, p. 137).

Un ejemplo polémico, pero no menos paradigmático, de consumo que trasciende la compra/venta de productos culturales es el visionado de series de televisión, ya sea vía *streaming* en sitios no autorizados por los propietarios intelectuales de la serie, o a través de la descarga de archivos *peer to peer*. Sin un acto de compra propiamente dicho que certifique la adquisición de la serie, o de cualquiera sus extensiones transmedia, el usuario sigue dentro del círculo de consumo ya que está ejerciendo su capacidad de decisión sobre el uso de los productos. De forma complementaria a esta visión opuesta a establecer un vínculo exclusiva entre consumo e intercambio económico, Couldry (2011, p. 492) indica que no hay una razón sólida para asumir que usuarios con alto

²⁶ Para ilustrar la relevancia del consumo en el *fandom*, Beddows (2012) recurre a sendas contribuciones de Dena (2004b) y Baidridge (2010) referidas al posicionamiento de los juguetes y figuras de acción dentro de los sistemas transmedia. Dena define los juguetes como *commodity channels* que actúan de puerta de entrada para el mundo narrativo más que como una extensión narrativa per se, mientras que Baidridge considera las figuras de acción como una parte más de la narrativa transmedia. Ambas visiones, según Beddows, “sugieren el consumo como un componente más de la experiencia del fan” (p.105)

niveles de implicación, como los fans, son también consumidores con alto poder adquisitivo que benefician las ventas de la franquicia transmedia. Para el autor esos mismos niveles de implicación vendrían de la mano de grandes cantidades de tiempo libre que sugerirían menos compromisos laborales y, por tanto, menos poder adquisitivo.

Considerando las ideas tratadas hasta este momento, podemos afirmar que el fan se diferencia del no-fan, o del *seguidor (follower)* (Tulloch y Jenkins, 1995) tanto por su cualidad de consumidor intenso de productos mediáticos como por su vertiente participativa que le lleva a producir textos inspirados por ese consumo, exista o no una transacción económica. Sin embargo, entendemos que ambas facetas no son excluyentes la de una de la otra, ni tienen porqué darse a la vez en un individuo para que pueda ser considerado fan. Esta perspectiva, en consecuencia, es contraria a la definición de Jenkins para quien los *media fans* son “consumidores que también producen, lectores que también escriben y espectadores que también participan” (1992b, p. 214). La visión de Jenkins se revela especialmente problemática cuando volvemos la mirada hacia comportamientos que nada tienen que ver con su idea de participación cultural, fundamentalmente basada en la producción de textos, y que contradicen el concepto generalizado de fan que se deriva de ella. Ejemplos de ello son los casos de los *fandoms* dedicados a los cómics cuya economías culturales se basan principalmente en el coleccionismo (Brown, 1997), y el de los fans del *cosplay* (compuesto de *costume*, disfraz, y *role play*, juego de rol), actividad que consiste en disfrazarse y actuar de acuerdo a como lo harían personajes a menudo procedentes de los ámbitos del *manga*, *anime* y de los videojuegos (Winge, 2006). Como veremos en el cuarto bloque de esta tesis, el establecimiento de la figura del *lurker* en los ámbitos online también desafía este énfasis en el rol del fan como productor textual. En el Capítulo 2 del Bloque I, vimos que, dentro de un foro de fans online, los *lurkers* son aquellos usuarios que solo leen los mensajes publicados por otros, sin apenas aportar nada a la conversación a pesar de estar a menudo presentes en la comunidad, tal y como refleja la diferencia estadística entre el número de visitas y el número de mensajes que podemos observar en cualquier de estos espacios. Esta forma de operar tan particular les ha granjeado los calificativos de “gorriones” y “ladrones” entre aquellos fans que sí contribuyen (Kollock

y Smith, 1996; Costello y Moore, 2007), pero a pesar de esta mala reputación no existe una postura definida sobre los *lurkers* dentro de las comunidades de fans. Las opiniones oscilan desde considerarlos usuarios parasitarios hasta argumentos más positivos como el de “lectores amistosos” (2002, p. 173). Sea cual sea su acogida dentro de las comunidades de fans, lo cierto es que los *lurkers*, en cuanto a grupo de usuarios general, componen el mayor colectivo de Internet con una presencia de alrededor del 90% (Mason, 1999).

5.1.3. El fan movido por el afecto y una identidad diferenciada

Más allá de los eternos debates desencadenados en torno al peso de la producción cultural en el ‘ser fan’, Pearson (2007) presenta un tercer factor que, junto al consumo intenso, consideramos *conditio sine qua non* para poder distinguir a un fan de un no-fan: la construcción de una identidad personal y colectiva a través de los diversos textos mediáticos que constituyen objetos de *fandom* a lo largo de la vida, y de las relaciones sociales producidas en el contexto de los grupos humanos que comparten esos mismos objetos de *fandom*. Así, un no-fan o seguidor puede consumir un texto mediático, pero no ve reflejada su personalidad en él (Baym, 2000) ni lo utiliza como vehículo para explorar su propia identidad, experiencias y emociones. La noción de que el fan incorpora los productos culturales como parte de su identidad personal y colectiva entronca con el trabajo germinal de Grossberg (1992), dedicado a analizar el elemento afectivo subyacente al fenómeno fan. La conexión entre el fan y los textos mediáticos sucede en el plano del afecto, algo que el autor no considera sinónimo de emoción o deseo. Por el contrario, Grossberg entiende el afecto como un “sentimiento vital” que no constituye una experiencia subjetiva sino “un conjunto de efectos culturales socialmente contruidos” (1992, p. 56), y organizados de tal manera que producen *mapas de importancia* (*matterring maps*) que guían al fan a la hora de jerarquizar sus intereses y marcar las diferencias clave para la construcción de su identidad. El afecto, pues, se encontraría en la base de lo que Fiske (1992) entiende por *discriminación textual* y *distinción social*: por un lado, la tarea de seleccionar aquellos textos o productos que definen un objeto de *fandom* y su consumo; y, por otro, el establecimiento de unas

fronteras sociales claras entre los miembros de comunidad de fans y quienes se encuentran fuera de ella.

Por su cercanía temática a los enfoques psicológicos que tanta mala fama han granjeado a la figura del fan, las aproximaciones a la dimensión afectiva no han gozado de la misma atención académica que el estudio de la producción cultural del *fandom*. Dentro de su oposición a cualquier visión idealizada de las comunidades de fans, los investigadores de la segunda generación de los Fans Studies, como los citados Pearson, Sandvoss y Hills apuestan por volver a las raíces del área y primar enfoques que incidan en las motivaciones y psicología de los fans como individuos y la relación personal con su objeto de *fandom*. Quizá una de las propuestas más interesantes y provocativas a este respecto, sea la idea de *fandom* entendido como religión por sus claros ecos a la figura del fanático religioso. En efecto, *fandom* y religión abordan experiencias parecidas

...while religion and fandom are arguably different realms of meaning, they are both centred around acts of devotion, which may create similarities of experience. In fact, fans are aware of the parallels between religious devotion and their own devotion. At the very least, the discourse of religious conversion may provide fans with a model for describing the experience of becoming a fan (Cavicchi citado en Beddows, 2012, p. 98).

Desde una posición cercana a la de Cavicchi, aunque más taxativa a la hora de descartar paralelismos directos entre ambos conceptos, Hills argumenta que el “fandom *es* y no *es* como la religión, existiendo entre el ‘culto’ y la ‘cultura” (2002, p.86, énfasis y comillas en el original). Así, el autor aboga por entender el *fandom* no como una religión organizada, sino como una forma de *neorreligiosidad* (*neoreligiosity*) que surgiría de la apropiación que los fans hacen del discurso de culto pero que, en ningún caso, puede ser leída “como un regreso a la religión dentro de una cultura secularizada” (2002, p.86)

A pesar de que los trabajos realizados dentro del área de los *Fan Studies* en los últimos 25 años han conseguido alejar el concepto de fan de las connotaciones patológicas y serviles a las que se asociaba en un primer momento, elaborar una definición

satisfactoria del término es, como acabamos de ver, un trabajo en constante revisión en donde tradicionalmente han prevalecido unos aspectos de la experiencia del fan sobre otros. De esta forma, se ha privilegiado la producción cultural por encima del consumo, y casi siempre obviando (ya sea por falta de interés o por complejos académicos) la faceta afectiva e identitaria del fenómeno. Ante este panorama, y como ya se ha sugerido más arriba, la narrativa transmedia se perfila como un campo idóneo a partir del cual dar una respuesta inclusiva y global a la idea de fan/*fandom*. En este sentido, el presente trabajo pretende contribuir en esa dirección proponiendo un modelo basado en un continuo que, en línea con las propuestas de Abercrombie y Longhurst (1998) y Hills (2002), abarque aquellas actividades esenciales llevadas a cabo por el fan situadas entre los extremos del consumo y la producción.

Pero como primer paso hacia esa meta, no podemos cerrar un apartado titulado “Conceptualizando al fan” sin ofrecer una definición propia que represente la idea de fan que recorre esta investigación:

Un fan es una persona que desarrolla un vínculo afectivo y emocional hacia un objeto o texto mediático (o varios) del que es entusiasta y a través del cual se concibe a sí mismo y a los demás. Esta implicación se traduce en un consumo intenso de ese texto que puede ir acompañado de la realización de otras actividades como la producción de textos derivados en donde el fan reescribe la fuente original.

5.2. Actividades de los fans

Como acabamos de ver, el fan se define por sus lazos afectivos hacia determinados productos o textos mediáticos y populares que le llevan a desarrollar un alto nivel de consumo y, opcionalmente, a producir textos derivados de la reinterpretación y reapropiación de esos productos sobre los que construye su identidad personal y colectiva. En cierto modo, el consumo y la producción pueden considerarse como las manifestaciones externas del afecto y la identificación del fan con el objeto de culto. Ambos aspectos se concretan a lo largo de una serie de actividades comunes, que Jenkins (1992a) y Fiske (1992) sistematizan en los dos modelos generales que han

servido de base para posteriores comentarios y aproximaciones a los usos de los fans. Jenkins considera que diversas actividades que desarrollan los fans se pueden agrupar en tres grandes tipos de prácticas características: *relectura*, *cotilleo o especulación (gossip)* y *prácticas críticas e interpretativas*. Por su parte, Fiske conceptualiza las mismas actividades en clave de productividad dentro de la que distingue tres tipos: *productividad semiótica*, *productividad enunciativa* y *productividad textual*. Comparemos y expliquemos ambos modelos.

5.2.1. *Relectura, productividad semiótica y productividad enunciativa*

La relectura, entendida en un sentido amplio, hace referencia al especial modo de recepción por el cual el fan procesa cualquier texto mediático, ya sea en soporte impreso, audiovisual o digital. Por medio de una exposición continuada al texto, llámese repetición o consumo reincidente, o revisionado si es un texto televisivo, el fan consolida su vínculo emocional y placentero con el producto cultural, integrándolo en su vida cotidiana. Sin embargo, a medida que se suceden las repeticiones, el fan toma una cierta distancia y presta atención a detalles como pueden ser la estructura interna del relato, las técnicas utilizadas, la motivación de los personajes, y los significados y visión del mundo implícitos en el texto. Apoyándose en las teorías de Roland Barthes (1975), Jenkins ve la relectura como una actividad que empieza como un acto de consumo para acabar convirtiéndose en un juego donde el fan, con una dedicación similar al del forense (Mittell, 2007), ‘crackea’ el código del texto, descubriendo nuevas aristas y posibilidades de interpretación y, en definitiva, haciéndolo más suyo en cada relectura. Al mismo tiempo, el fan aumenta progresivamente su conocimiento acerca del texto mediático durante este particular proceso de disección que se ve favorecido por los avances tecnológicos de cada momento (Jenkins, 1992a, p. 74). Jenkins, honrando el contexto histórico en el que se publicó *Textual Poachers*, menciona el impacto causado por los aparatos grabadores de vídeo en la relectura de los fans, dotados de una herramienta que les permitiría ‘capturar’ los episodios de sus programas favoritos para su posterior revisionado escena a escena, y plano a plano. Estas prácticas no harían más que extenderse con la implantación de las tecnologías digitales y sus prestaciones aptas para una ágil reproducción, manipulación y redistribución de los contenidos.

Paralelamente, el concepto fiskeano de productividad semiótica engloba todos aquellos procesos que comportan el uso de los medios para la creación de significados en relación a la identidad y experiencia social (Fiske, 1992, p. 37). Se trata de un proceso que se desarrolla a nivel interno pero, a diferencia de la relectura de Jenkins, Fiske no considera específico del fan sino extensible a cualquier consumidor cultural. En cualquiera de los casos, tanto relectura como productividad semiótica, constituyen una misma puerta de acceso basada en el consumo por la que el fan se introduce en el mundo narrativo. Ambos procesos son las condiciones primarias e ineludibles para poder desarrollar el resto de actividades dentro de sus respectivos modelos.

La relectura ocupa para Jenkins, un lugar “central en el placer estético del fan” (1992a, p. 70), pero advierte que este modo de recepción “no existe en soledad, sino que toma forma a partir de las aportaciones de otros fans y está motivado, en parte, por el deseo de interactuar en una comunidad social y cultural más grande” (1992a, p. 77). En efecto, Jenkins establece aquí una marca de distinción con respecto al carácter individual de la productividad semiótica que, para Fiske se torna en productividad enunciativa cuando “los significados se enuncian y comparten dentro de una cultura oral, o cara a cara” (Fiske, 1992, p. 37) o, en otras palabras, en el contexto de una comunidad de fans. Jenkins claramente no piensa lo mismo, e insiste hasta el punto de afirmar que el momento de la recepción (productividad semiótica) se solapa muy a menudo con el momento de la enunciación (productividad enunciativa), presentándolos como elementos inseparables: “Crear significados implica compartir, enunciar y debatir significados. Para el fan, ver una serie de televisión es el principio, no el final, del proceso de consumo mediático” (1992a, p. 278). Nos adentramos así en las otras dos prácticas esenciales destacadas por Jenkins: el cotilleo y las prácticas críticas e interpretativas, las principales responsables de que el hábito de relectura de los fans se filtre y materialice en las comunidades de las que forman parte.

5.2.2. *Cotilleo y productividad enunciativa*

El cotilleo, argumenta Jenkins (1992a, p. 80), es más que la chachara a las que se refiere el discurso patriarcal, y comparte con Deborah Jones su valor como vehículo que permite hablar a las mujeres de sus roles como mujeres. El cotilleo se caracteriza por ser “íntimo en el estilo, personal y doméstico en la temática, un hecho cultural femenino que brota de y se perpetua en las restricciones del papel de la mujer, pero también aporta el consuelo de la validación” (Jones citada en Jenkins, 1992a, p. 81). La importancia que Jenkins concede al cotilleo en la cultura de los fans de los medios de comunicación responde a un hecho demográfico y, a la vez, reivindicativo. Aunque hablemos de fans sin realizar ninguna distinción de género, lo cierto es que las mujeres son el segmento del *fandom* más proclive a cultivar prácticas resistentes y subversivas, como la escritura de *slash fics*, en reacción a los productos mediáticos que consumen, claramente enfocados a un público masculino (Penley, 1992; Derecho, 2006)²⁷. Por ello, la actividad chismosa de los fans vinculada a, digamos, una serie de televisión se ve fuertemente influenciada por los cuatro tipos básicos de *gossip* que cuantifica Jones (citada en Jenkins 1992a, p. 82): conversación doméstica, o intercambio de información sobre la vida diaria; escándalo, o juicios sobre situaciones controvertidas o polémicas; quejas, o expresiones de rabia y frustración ante la situación de las mujeres; y charlas donde se comparten confidencias.

Según Jenkins, los fans intercambian todo tipo de información relacionada con la serie, empezando por la privada de los miembros del reparto y el equipo, pasando por predicciones de audiencia y decisiones de la cadena, hasta filtraciones del argumento de los próximos tal y como atestiguan el propio Jenkins (2006a), y Gray y Mittell (2007) en sendos estudios sobre la economía de los *spoilers*²⁸. Los fans también juzgan moralmente las acciones de los personajes dentro de la ficción y la imagen pública de

²⁷ Como contrapunto al papel adoptado por las mujeres en los *fandoms* de los medios de comunicación, Roig (2013, p. 97) destaca la labor de los creadores de *fan films*, en su mayoría hombres, que lejos de ofrecer una postura resistente con respecto al texto mediático, “tienden a reproducir en muchos aspectos las prácticas productivas industriales”.

²⁸ Se denomina *spoiler* al contenido que avanza detalles de la trama de un episodio aún no emitido de una serie, de forma que se podría anular el efecto sorpresa del espectador cuando vea por primera vez dicho episodio.

los actores que les dan vida. Además, los miembros de la comunidad no dudan en quejarse cuando ‘su’ serie está al borde de ser cancelada, o los guionistas toman decisiones que afectan a la calidad de la narración, como así lo atestiguan la campaña de envío masivo de cartas a la NBC que emprendieron los fans de *Star Trek* para frenar la retirada de la serie en 1968, en lo que fue la primera gran ‘Save Our Show Campaign’ llevada a cabo por un *fandom* (Jenkins, 1992a; Savage, 2014). Finalmente, los fans utilizan la ficción como plataforma para discutir temas de su interés, desahogarse o encontrar estrategias para resolver problemas y dilemas personales. El cotilleo, en suma, entraría dentro de los límites de lo que Fiske entiende por productividad enunciativa aunque, en la actualidad, hemos de ampliar la horquilla de interacciones interpersonales más allá de las charlas *in situ* e incluir la actividad online en foros y redes sociales.

5.2.3. Prácticas críticas e interpretativas, productividad enunciativa y productividad textual

Pero los fans, a juicio de Jenkins, no sólo se limitan a compartir información y a canalizar sus opiniones y vivencias a través del texto mediático sino que, por encima de todo, son un grupo que destaca por su contrastada capacidad para la crítica y la interpretación cultural como consecuencia de su íntimo conocimiento de dicho texto

Organized fandom is, perhaps first and foremost, an institution of theory and criticism, a semistructured space where competing interpretations and evaluations of common texts are proposed, debated, and negotiated and where readers speculate about the nature of the mass media and their own relationship to it (Jenkins, 1992a, p. 88)

Nótese el acento que pone el autor en la construcción colectiva de las interpretaciones, sujetas a un proceso de debate y consenso en el seno de la propia comunidad. Por medio de estas conversaciones, los fans ponen en común sus relecturas individuales, y deciden qué significados y convenciones forman parte de la interpretación correcta del texto mediático. Esta lectura aprobada sirve de pauta para evaluar, por ejemplo, los episodios de una serie (Jenkins, 1992a, p. 91) sobre los que los fans elaboran su propio

canon del programa. Como certeramente señala Jenkins, estas prácticas y usos evocan aquellas observadas en el ámbito académico, concediendo a los fans el rango de élite cultural competente, si bien no cuentan con reconocimiento oficial ni poder social. Según el autor, el hecho de representar una élite situada en los márgenes del circuito cultural es lo que empuja a los fans a ejercer un notable activismo por el que expresan sus opiniones como consumidores culturales, e intentan cambiar las decisiones de la industria (Jenkins, 1992a, p. 27).

Jenkins menciona las reuniones de los clubs de fans y los *fanzines* entre los espacios donde se negocian las diferentes interpretaciones que luego se ponen en circulación entre los miembros de la comunidad. Así, parafraseando al autor, los trabajos producidos por los fans no se distinguen demasiado de aquellos que podemos observar en la cultura oficial puesto que se trata de responder a los gustos de la audiencia a la que se dirigen, y de reflejar las distintas tradiciones genéricas existentes (Jenkins, 1992a, p. 90). Es más, una discusión o ensayo acerca de la representación racial en *Star Trek*, o un *slash fic* que desarrolle una hipotética relación homosexual entre el Capitán Kirk y Spock contribuirían a moldear la percepción del fan conforme a la lectura extendida en la comunidad.

Esta variedad de ejemplos nos sirve para introducir las diversas formas que pueden tomar las prácticas críticas e interpretativas de los fans. Por un lado, se pueden considerar una muestra de productividad enunciativa cuando se realizan en el contexto de un debate en un foro o red social (o cara a cara) y, por otro, se presentan como testimonios de lo que Fiske (1992) denomina productividad textual, cuando esas críticas e interpretaciones se plasman en documentos concretos, ya sea de forma creativa (*fan fiction*, *fan vid*) o adoptando un estilo más informativo (artículo publicado en un *fanzine*). La productividad textual, según Fiske, abarca todos aquellos textos concretos y creados por fans en formato escrito, gráfico o audiovisual, y distribuidos en un soporte físico. Naturalmente, esta clasificación debe ser ampliada con otros soportes digitales como los wikis, los blogs, o los archivos de *fan fiction*²⁹. El concepto de productividad

²⁹ Investigadores como Hills (2013) cuestionan la consideración de los intercambios en foros de discusión y redes sociales como muestras de productividad enunciativa. Según el planteamiento de este autor, las conversaciones online también representarían formas de productividad textual (o en su defecto formas

textual de los fans adquiere una relevancia especial dentro de las investigaciones de narrativa transmedia ya que conecta directamente con aquellas iniciativas *bottom-up*, o impulsadas por los usuarios, que transforman el texto base o mundo narrativo en el que se inspiran.

5.2.4. De la productividad a las actividades de los fans

Después de haber realizado este repaso por las propuestas de Jenkins y Fiske, es necesario hacer una breve parada para señalar sus diferencias y ambigüedades conceptuales. El modelo de Jenkins se caracteriza por la generalidad de su planteamiento y la fuerte interrelación y permeabilidad entre las tres actividades principales de los fans. De esta forma, el cotilleo y la crítica pueden ser entendidas como manifestaciones sociales del acto de relectura, a la par de que es difícil establecer en la práctica un límite claro entre lo que constituye cotilleo y crítica, sobre todo, dentro de entornos conversacionales donde lo habitual es que ambos actos sucedan al mismo tiempo. Por el contrario, la tipología de Fiske destaca por una mayor especialización pero, como hemos visto, no termina de ofrecer una respuesta satisfactoria ante procesos de creación de significado más complejos que se dan a la vez en el entorno personal y social del fan, algo que Jenkins sí aborda. A pesar de ello, el modelo fiskeano toma en consideración un tipo de actividad de los fans a la que Jenkins apenas concede importancia ya su enfoque está basado principalmente en las interacciones sociales del *fandom*. Nos estamos refiriendo a expresiones de la propia identidad del fan desarrolladas en el plano no verbal y que, para Fiske (1992, p. 38), constituyen una forma de productividad enunciativa. Así, los fans pueden hacer visible su identificación con una determinada comunidad a través de la ropa y accesorios que utilizan en su vida diaria, cortes de pelo, *merchandising*, o *cosplay* de sus personajes favoritos.

híbridas de productividad enunciativa y textual) ya que la Web asegura su durabilidad en el tiempo a través del registro de las discusiones, justamente lo contrario de la naturaleza fugaz de los intercambios orales descritos por Fiske cuando se refiere a productividad enunciativa. En mi opinión tal enfoque presenta una interpretación excesivamente restrictiva y mediatizada del concepto original de productividad enunciativa, puesto que no observa el contenido real de este tipo producciones independientemente del entorno o plataforma en la que se producen. Asimismo, Hills adopta una posición demasiado literal con respecto a la idea de texto, obviando de nuevo sus características de fondo, entre las que destaca un cierto grado de conclusión en el contenido presentado. Por ello, resulta confuso considerar como productividad textual una conversación en desarrollo dentro de un foro de discusión por el mero hecho de quedar registrada o transcrita, y poder acceder a ella en cualquier momento.

Esta cualidad especial de la productividad enunciativa, basada en objetos más que en intercambios verbales, evidencia una interesante contradicción en el sistema de Fiske. Aunque la propuesta del autor británico es clara en cuanto a la separación entre productividad semiótica, enunciativa y textual, el propio concepto de producción aquí expuesto resulta excesivamente amplio. De este modo, la productividad englobaría desde procesos en esencia intangibles (creación de significados, una charla cara a cara o en la Web...) hasta procesos tangibles que implican la producción de textos (*fan fiction*, un *fan cómics*...), y la elaboración y uso de objetos relacionados con el *fandom* (pintar una taza de café con el logo de la Flota Estelar de *Star Trek*, vestir la camiseta oficial de la serie que hemos comprado por Internet...).

Coincidiendo con el punto de vista de Antoni Roig (2013, p.83), entendemos que sólo la productividad textual y la faceta no verbal de la productividad enunciativa, es decir, aquellas manifestaciones tangibles de la actividad de los fans, se considerarían estrictamente como productividad. No obstante, siguiendo la estela de Hills (2002) y Sandvoss (2005), Roig (2013) prescinde del término productividad enunciativa, y prefiere denominar *productividad performativa* a aquellas actividades que comportan “formas de comunicación no verbal, exteriorizaciones de la propia identidad vinculadas al consumo de un texto y formas de imitación”, o, dicho de otro modo, “una forma de productividad más individual y orientada al juego” (pp. 85-87). Los términos productividad textual y productividad performativa parecen, por tanto, más adecuados para referirnos a las actividades de los fans que conllevan la producción de una variedad de objetos culturales. Pero, ¿qué ocurre con aquellas actividades que no implican ningún tipo de producción de acuerdo con estos parámetros?, o utilizando la terminología de Fiske, ¿dónde se incluirían actos que se consideraran productividad semiótica y enunciativa (verbal)? Roig (2013, p. 85) propone la categoría general de *actividades creativas de los fans* (incluyendo también muestras de productividad textual y preformativa) para atajar esta laguna teórica. Sin embargo, la denominación ‘creativa’ presenta un problema de base al asumir que todas las actividades de los fans son necesariamente creativas o contributivas, algo que se pone en cuestión una vez más al observar el comportamiento de los *lurkers* en las comunidades online. De ahí que sea

más adecuado hablar de actividades de los fans, en un sentido amplio, sin utilizar ningún epíteto diferenciador.

5.2.5. La esfera del fandom

Los problemas conceptuales alrededor de los aportes de Jenkins y Fiske, las tensiones entre consumo y producción (resistencia), y el rol activo que el concepto de narrativa transmedia reconoce a los fans, nos sirven para estructurar el modelo teórico en el que se basa la presente investigación. La propuesta, representada en forma de esfera o continuo del *fandom* (Figura 2), integra el catálogo básico de actividades que pueden llegar a desarrollar los fans en torno del texto transmedia que conforma su objeto de *fandom*. Del consumo apasionado al activismo, los fans se mueven por un número de actividades o prácticas agrupadas en las siguientes áreas o ámbitos: *consumo*, *discusión y argumentación*, *creación de contenidos transmedia*, *performatividad*, e *influencia y reivindicación*.

- *Consumo*: hace referencia al consumo repetido y atento del texto transmedia en su totalidad, o de alguna de las extensiones que lo componen (DVDs/Blu-Ray, cómics, libros, videojuegos, juegos de mesa, y cualquier otro producto que aporte al universo ficcional), por el cual se activa un proceso de relectura que permite al fan empezar a acumular capital cultural alrededor de dicho texto. También incluye el acto de compra del propio texto y de *merchandising* relacionado (objetos decorativos, ropa, juguetes, juegos de mesa que no presenten expansiones narrativas...) que, mantenido a lo largo del tiempo, deriva en coleccionismo.
- *Discusión y argumentación*: engloba todas aquellas formas de interacción social establecidas alrededor del texto transmedia, principalmente debates y conversaciones cara a cara, o en entornos online (redes sociales y foros de discusión), en los que continua el proceso de relectura del texto, y se intercambian ideas e información relevante.

- *Creación de contenidos transmedia*: elaboración de contenido *bottom-up* en formato textual gráfico y audiovisual por la que el fan compila, expande, remezcla, y en definitiva, reescribe el mundo narrativo representado en el texto transmedia. Los contenidos transmedia engloban piezas de *fan fiction*, *fan vid*, *fan art*, entradas en un wiki, *machinima* y otras producciones textuales de los fans.
- *Performatividad*: actividades de carácter no textual o argumentativo, normalmente relacionadas con experiencias lúdicas, y próximas al consumo, por las cuales el fan también expresa su identificación con el texto transmedia. Ejemplos de performatividad son el *cosplay*, la elaboración y uso de prendas textiles, accesorios, cortes de pelo, el uso de cartas y juegos de mesa, juguetes, y la participación como *lurker* en comunidades online, entre otros.
- *Influencia y reivindicación*: incluye el conjunto de actividades anteriores cuando se implementan con el objetivo de ejercer presión sobre la industria cultural responsable del texto transmedia y de influir en las decisiones que toma.

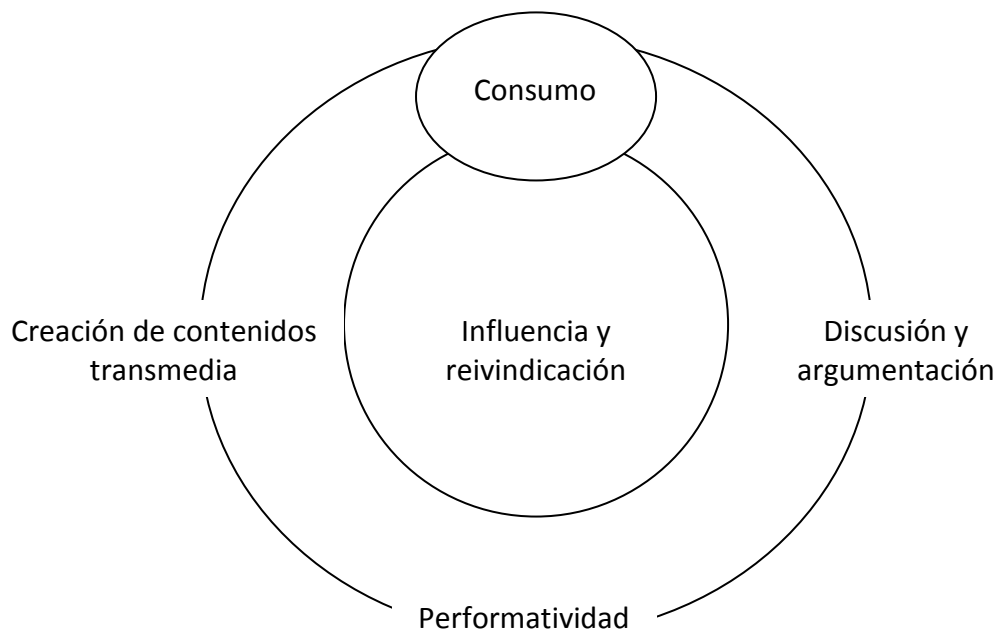


Figura 2. La esfera del fandom. Elaboración propia.

Aunque el consumo intenso y el acto de relectura paralelo son la condición y punto de inicio necesario, el fan no está obligado a realizar todas las actividades siguientes, ni todas en el mismo grado para mantener su identidad como miembro de una determinada comunidad. A estos efectos, la esfera pretende representar un modelo suficientemente flexible e inclusivo de todos los usos y actividades que el fan lleva a cabo con respecto a su objeto de *fandom*. Todos los fans ven con extrema atención y dedicación los episodios de su serie favorita, entablando un estrecho vínculo con ella (consumo), pero algunos miembros de la comunidad pueden decidir participar en debates en foros o redes sociales (discusión y argumentación) y descartar completamente la escritura de *fan fiction* (creación de contenidos transmedia), mientras que otros asisten a una convención haciendo *cosplay* (performatividad), y otros lanzan un evento en Twitter para fomentar conversaciones positivas alrededor de la serie, y convencer a la cadena para que no la retire de la parrilla (influencia y reivindicación).

Este breve repaso del conjunto de actividades que realizan los fans, nos acerca un poco más a la definición de nuestro tema de estudio. Dentro de la esfera que acabamos de describir, nos situaremos en la creación de contenidos transmedia, en concreto, de piezas de *fan fiction*. En sentido, este trabajo presenta una continuidad con la corriente mayoritaria de los *Fan Studies* dedicada al estudio de la producción textual del *fandom*, pero, como veremos en el siguiente epígrafe, nos desviamos de la norma para adoptar una perspectiva poco frecuentada en el análisis de piezas de *fan fiction*.

5.3. Aproximaciones teóricas al *fan fiction*

The story of fan fiction studies, for the most part, is a history of attempting to understand the underlying motivations of why (mostly) women write fan fiction, and in particular, slash. As result *m/m* (male/male) slash fan fiction has received disproportionate treatment in both academic and mainstream representations (Busse y Hellekson, 2006, p. 17)

Esta cita, extraída de la imprescindible compilación de ensayos *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet*, editada por Hellekson y Busse (2006), resume

perfectamente el principal objetivo perseguido por la gran mayoría de las investigaciones académicas en torno a la práctica del *fan fiction*: comprender el comportamiento de los fans (las fans) y las motivaciones que los empujan a transformar el objeto de *fandom* en escritos que presentan un mundo posible, a veces, muy alejado del propuesto en la versión canónica del autor original, como se puede apreciar en los *fics* pertenecientes al género *slash*. Así, el *fan fiction* se ha abordado tradicionalmente como un instrumento que, a nivel individual, permite acceder a las idiosincrasias de los fans como personas y, a nivel colectivo, hace posible estudiar a los *fandoms* como comunidades interpretativas, productoras de unas significaciones, aspiraciones e intereses culturales concretos (Jenkins, 1992a; Fiske, 1992; Hills; 2002). Por ello, no es ninguna una extravagancia afirmar *grosso modo* que las investigaciones alrededor del *fan fiction* han constituido una parte inseparable de la propia tarea de conceptualizar al fan acometida por los *Fan Studies* desde hace su establecimiento como área dentro de la gran familia de los Estudios de Recepción y Audiencias hace tres décadas.

5.3.1. El peso de los Estudios Culturales y los Media Studies

El hecho se hace aún más evidente cuando revisamos algunos de los acercamientos teóricos y metodológicos más habituales al mundo del *fan fiction*, liderados por la tradición de los *Media Studies* y los Estudios Culturales (ver epígrafe 5.1.). En concreto, nos referimos a una prolija producción académica adscrita a la corriente de estudios feministas (Russ, 1985; Lamb y Veith, 1986, citadas en Busse y Hellekson, 2006; Bacon-Smith, 1992; Helford, 2000); la teoría *queer* (Jung, 2004; Dhaenens, Van Bauwel y Bilteryest, 2008, Tosenberger, 2008); y la psicología (Penley, 1992; Salmon y Symons, 2004) que toman el *slash* como plataforma para explorar cómo se reconfiguran los roles y las jerarquías de género, cómo se subvierten los esquemas de la sexualidad heteronormativa y cómo se articula la afectividad y el deseo en las mujeres. Sin duda, la triple cualidad contracultural del *slash* como género de *fan fiction* erótico, gay, y cultivado normalmente por mujeres que se definen como heterosexuales (Gwenllian Jones, 2002, p.80) presenta un objeto de estudio lo suficientemente rico en matices para ampliar los debates sociológicos alrededor de las audiencias, sus procesos de recepción e ideología. Pero, en contrapartida, esta fijación por el *slash*, efecto del papel

instrumental que los estudios de *fan fiction* han desempeñado dentro de los *Fan Studies* de la rama culturalista, ha desplazado a un segundo plano los acercamientos al *fan fiction* como puro objeto textual producido a partir de un canon ya existente, aun cuando se trata de trabajos centrados en un texto fuente en particular. Un caso paradigmático es el de la serie *Buffy The Vampire Slayer*, objeto de interesantes lecturas en clave *queer*, feminista o racial (Wilcox y Lavery, 2002, Beirne, 2004; Keft-Kennedy, 2008, Isaakson, 2010), propiciadas por una narrativa caracterizada por la diversidad y complejidad de sus personajes, en especial, los personajes femeninos, como ya viene siendo habitual dentro de los universos creados por Joss Whedon.

5.3.2. *¿Qué dice la Narratología?*

Con este panorama, podemos decir que las miradas literarias y narratológicas al *fan fiction*, de importancia capital para la investigación que nos ocupa, no han gozado de la misma acogida o prestigio dentro de los *Fan Studies* que otras perspectivas de corte mediático y culturalista. Entre las razones para explicar esta escasa popularidad del análisis textual en el estudio del *fan fiction*, Bronwen Thomas (2011) alude a una visión base del *fic* como texto inseparable del fan autor que lo escribe, y de los factores sociales que lo rodean. O, si nos atrevemos a profanar a Ortega y Gasset, la postura de los académicos sería la siguiente: el *fic* es el *fic*, y sus circunstancias. De hecho, la lucha por desterrar la consideración del fan como profanador de la alta cultura (la “categoría escandalosa” de Jenkins) se encuentra, según Thomas, detrás de los esfuerzos de los *Media Studies* por alejarse de “cualquier intento de evaluar el *fan fiction* basado en la calidad de la escritura, la estructura de la trama o la caracterización, por medio a ser percibidos como fuera, o por encima, del objeto de estudio” (2011, p. 3). Una acusación, la de ‘académico forastero’, que, recordemos, ha sido el principal escudo de defensa de los investigadores de la primera hornada de los *Fan Studies* frente a acercamientos anteriores a la materia. No obstante, este esquema mental parece haberse permeado también en algunos estudios literarios sobre *fan fiction*, como el desarrollado por Sheenagh Pugh en *The Democratic Genre* (2005), en donde la autora se apoya en demasía en las convenciones del *fandom* en lugar de adoptar una postura más crítica hacia los textos revisados. Incluso la influyente antología de Hellekson y Busse (2006)

sobre la que nos detendremos más abajo peca de articular, por momentos, un discurso buenista que nos retrotrae a concepciones arcádicas de las comunidades de fans. Tal y como demuestra Thomas (2007) en su investigación exploratoria sobre el *fan fiction* derivado del clásico de Jane Austen *Pride and Prejudice*, semejante planteamiento choca con la realidad de unas comunidades que sí se preocupan por establecer unos ciertos estándares estéticos con respecto a los *fics* producidos dentro de sus confines.

En una línea parecida a la de Thomas, se encuentra Juli Parrish (2007) que, en su estudio de la escritura crítica y creativa de un archivo de *fan fiction* en Internet, cuestiona el concepto jenkinsiano de “cazadores de textos” por entender que no refleja de forma adecuada el trabajo de lectura y escritura que se pone en marcha dentro de esos sitios. Parrish recupera el adjetivo “amateur”, despojándolo de las connotaciones negativas que había adquirido en los albores de los *Fan Studies*, para referirse a los escritores de *fan fiction* a los que posiciona dentro de una comunidad marcada por la activa colaboración entre sus miembros, que trabajan juntos en la mejora continua de sus habilidades como lectores y escritores. Propuestas disruptivas como la de Parrish y Thomas no pueden ser comprendidas sin considerar primero la migración de los *fandoms* a Internet y las consecuencias de este hecho supone para la creación de *fics* (ver Bloque I, Capítulo 2) y los propios estudios de *fan fiction*. La Web ofrece un escaparate inmejorable para la observación de los procesos de producción, distribución y recepción de los textos, así como de las interacciones entre autores y lectores, exponiendo más que nunca el carácter de “work in progress” del *fan fiction* (Hellekson y Busse, 2006) y sus posibilidades como práctica colectiva. Por ello, aunque el análisis textual constituya una metodología legítima para abordar lo que en esencia son textos, su combinación con un enfoque etnográfico es “necesaria” (Parrish, 2007, p. 46) para lograr captar la totalidad de la experiencia de escritura y lectura de *fan fiction* en los entornos digitales. Thomas incluso va más allá y extiende el alcance de esta unión metodológica a facilitar un diálogo teórico entre las siempre enfrentadas disciplinas de la Narratología, *Media Studies* y Estudios Culturales que dé como resultado “un punto medio entre aquellos que han exagerado la importancia potencial del *fan fiction*, y aquellos que lo tachan de basura adolescente” (2011, p. 20). Con todo, la misma Thomas (2011, p. 10), reconoce que apenas existen trabajos que integren las tres

vertientes, citando de forma somera las contribuciones de Hills (2002)³⁰ y, muy especialmente, el trabajo de Tisha Turk (2010) sobre el uso del recurso narrativo de la *metalepsis* (Genette, 1989)³¹ en la creación de *fan fiction* y *fan vid*, donde los deseos y pensamientos extradiegéticos de los fans se intercalan a menudo en el universo ficcional.

Situada entre la intersección de Narratología, *Media Studies* y Estudios Culturales (ver Bloque II, Capítulo 3), entendemos que la narrativa transmedia puede ser campo de estudio apto dar respuesta a los desafíos que un ecosistema mediático en constante transformación plantea al *fan fiction*. A nivel de las metodologías aplicadas, la disciplina ya ha sido convenientemente explorada, por separado, desde las ópticas del análisis textual de corte narratológico (Dena, 2009), semio-narratológico (Scolari, 2009a; Scolari et al. 2012; Scolari, 2013a), y desde la etnografía (Brooker, 2001; Beddows, 2012), pero ninguna de estas herramientas se han utilizado, hasta el momento, de forma conjunta en el análisis de producciones *bottom-up*, como los *fanfics*³².

5.3.3. *Una mirada literaria*

En este sentido, la colección de ensayos *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet* junto a los citados aportes de Parrish (2007) y Thomas (2007, 2011), conforma un antecedente inmediato y muy útil para la investigación que nos ocupa. Por un lado, se trata de un estudio pionero del *fan fiction* dentro del contexto de los intercambios digitales y, por otro, se centra en los *fics* como “un objeto de estudio por derecho propio” (2006, p. 27) haciendo especial hincapié en el carácter literario del enfoque. Veamos algunas de las contribuciones de interés que contiene este volumen.

Dentro de esta antología, es interesante la definición de *fan fiction* que realiza Abigail Derecho (pp. 61-78). Basándose en la terminología acuñada por Jacques Derrida en *Mal*

³⁰ Para una revisión del concepto de *hiperdiégesis*, ver Bloque II, Capítulo 3.

³¹ Genette (1989, p. 290) define la *metalepsis* como “toda intrusión del narrador o del narratario extradiegético en el universo diegético (o de personajes diegéticos en un universo metadiegético, etc.) o, inversamente”.

³² Para una descripción detallada de la metodología de este trabajo, consultar Capítulo 6 dentro de este mismo bloque.

de archivo (1997), la autora entiende los *fanfics* como una muestra de *literatura arcónica*, es decir, archivos en continua expansión, permanentemente abiertos a nuevos contenidos y que nunca llegan a verse completados. Tomando este punto de partida, Derecho procede a resaltar el carácter explícito de los textos arcónicos (*fics*, en este caso) con respecto a las fuentes de las que proceden, un hecho que los aleja del concepto de intertextualidad, siempre más implícita y superior al simple rastreo de las influencias o las citas

All texts may be intertextual –that is to say, it is possible to argue that all texts are archives that contain hundreds or thousands of other texts– but for the purposes of my discussion, ‘archontic’ describes only those works that generate variations that explicitly announce themselves as variations. Archontic texts definitely use quotation marks by referencing characters and narratives in obvious ways. Fanfics tie themselves overtly to preexisting texts; this annunciation is a convention of the fan fiction genre, performed either in the identifying headers that precede and categorize individual fics, or by the location of each fanfic in fandom-specific zines or websites (Derecho, 2006, pp. 65-66)

Por su parte, Mafalda Stasi (2006, pp.115-133), tomando como modelo el subgénero del *slash*, se apoya en argumentos cercanos a la intertextualidad y al palimpsesto (Genette, 1989) para afirmar que cualquier *fan fiction* debe ser leído en el contexto del canon propuesto por su texto base, pero también en dentro del ámbito de la comunidad de fans y del substrato de influencias culturales que la componen (lo que llama “intertextualidad extendida”), lo que lleva a posicionarse a favor de un concepto de autoría colectiva.

Deborah Kaplan (2006, pp. 135-152) se centra en aspectos más específicos, y compara la creación de los personajes de *fan fiction* y ficción original. Aunque los *fics* lo tienen fácil a la hora de construir personajes usando el texto base del que provienen, la autora insiste en que la caracterización es resultado de un diálogo entre *fans*, texto fuente, y otros factores culturales e historias ajenas al ecosistema de los fans. Para Kaplan, tanto los productores como los consumidores de los trabajos creados por fans “son conscientes de los materiales fuente así como de las fuentes que son extratextuales a las

producciones de los fans”, de modo que se crea “un rico espacio interpretativo” en el que el *fan fiction* interactúa con sus fuentes a través de las herramientas narrativas y, así, los personajes que existen fuera de los fics “pasan estar disponibles para una compleja recreación” (Kaplan, 2006, p.134).

Particularmente destacable para la investigación que se presenta aquí es el ensayo de Angelina Karpovich (2006, pp. 171-188) acerca del *lector beta* (*beta reader*), una figura surgida tras el traslado de los fandoms a Internet. Se trata de un fan que desempeña las funciones de editor a petición del autor de un *fic*. El lector beta puede mantener una relación fluida con un autor o varios, hace sugerencias y revisa los escritos (atendiendo tanto a detalles ortográficos como narrativa y caracterización de personajes) antes de su publicación. Según Karpovich, la actividad de los lectores beta es ejemplo de “la sofisticación tecnológica de la comunidades de fans en la Red” y de “la convergencia entre conocimientos tecnológicos y prácticas sociales de una variedad de subculturas” (2006, p. 171). De este modo, el criterio de los lectores beta se presenta como un pulsómetro de las convenciones narrativas asimiladas por el fandom gracias a ese continuo diálogo entre autores de *fan fiction* y sus lectores beta (normalmente, citados en el *header* o cabecera³³ de los fics como contribuyentes al desarrollo de la historia). Este tipo de relaciones sociales en torno a los textos impulsada desde Internet ha dado lugar a una creciente conversación *metafandom*, en la que los fans hacen crítica de aspectos concretos de las comunidades a las que pertenecen.

While the traditional creative aspects of fandom community remain its most visible aspects, the development of metafiction resources and discussions, which are focused on and around the fan community itself, rather than the original source material, is, like the practice of beta reading, closely linked with fandoms’ adoption of and adaptation to the medium of the Internet. Although fan meta discussions have existed for almost as long as fandom itself, the Internet has been crucial in making most of these discussions accessible (at least in

³³ El *header* son unas líneas introductorias donde se recoge la información esencial del *fic*: título, nombre del autor, pareja protagonista del fic, subgénero, una breve sinopsis y contexto, calificación por edad, e-mail de contacto, advertencias y agradecimientos, etc.

theory) to a much wider audience of fans and neofans” (Karpovich, 2006, p. 175).

Los trabajos que se acaban de reseñar representan importantes propuestas en el estudio del *fan fiction* en solitario, destacando algunas de sus características tradicionales, y las nuevas prácticas consecuencia de la generalización de la Web, pero reiteramos la pertinencia de incorporarlo a la esfera de la narrativa transmedia (que incluye naturalmente los medios digitales) para una comprensión más precisa de la escritura de *fan fiction* en relación con los actuales procesos de convergencia mediática.

Llegados a este punto, nos encontramos en una posición más adecuada para terminar de dibujar los límites de nuestro objeto y ámbito de estudio. Concluimos el apartado 5.2. mapeando los *fics* como un ejemplo de texto transmedia producido dentro de la esfera o continuo de actividades que realiza el fan relacionadas con un objeto de *fandom* desplegado en diferentes medios, soportes y lenguajes. A partir de esta perspectiva, dedicamos las líneas anteriores a revisar las aproximaciones teóricas al mundo del *fan fiction*, en las que se echa de menos enfoques narratológicos que complementen los planteamientos más extendidos de los *Media Studies* y Estudios Culturales. Frente a este vacío teórico, la narrativa transmedia, por su carácter multidisciplinar, ofrece una oportunidad plausible de integrar las tres tradiciones en un estudio global del *fan fiction*, atendiendo a sus cualidades como texto y proceso de escritura creativa por los cuales se expande un mundo ficcional transmedia, que, a la vez, es consecuencia y reflejo de la convergencia de las industrias culturales, y de productores y consumidores. Como hemos visto en el Bloque I, la televisión es una industria clave tanto para el surgimiento de los *media fandoms* como la ebullición de iniciativas y proyectos transmedia. De ahí que centremos nuestro interés en analizar el *fan fiction* como práctica de expansión narrativa inspirada en universos multimediales que toman la ficción televisiva como base para su desarrollo. Con este reto en mente, dedicaremos el próximo capítulo a desglosar la metodología con la que se desarrolla el presente estudio.

CAPÍTULO 6. Metodología

Retomando uno de los argumentos expuestos en el capítulo dedicado al marco teórico, el presente trabajo se apoya en una perspectiva metodológica poco explotada en el área de los *Fan Studies*, en general, y de las investigaciones sobre *fan fiction*, en particular

The study of fan fiction has been dominated by media and cultural studies, with some anthropological and psychoanalytic work focusing on the behaviour and motivations of fans. Issues of methodology and particularly the relationship between “academic” and “fan” tend to dominate, and close textual analysis is often denigrated on the basis that the identities and practices of fans cannot be abstracted from the sort of texts they write, but must be analyzed as socially situated practice and activities (Thomas, 2011, p. 2)

Una de las principales representantes de la corriente de estudios narratológicos y literarios en torno al *fan fiction* (ver Capítulo 5 dentro de este mismo bloque), Thomas (2011) defiende seguir avanzando en el análisis de las técnicas narrativas utilizadas por los fans. No obstante, reconoce al mismo tiempo la necesidad de analizar estas obras en el contexto en el que se producen

Attending to those processes can illuminate how fans interact with and interpret the storyworlds to which they keep returning, whereas focusing on “the text itself” without understanding how it is being responded to and used by fans leaves much unexplained. Furthermore, if we are to take seriously the challenges posed by fan fan fiction it is important to start by looking at what fans are doing, rather than trying to impose terms and values on their activities (Thomas, 2011, p. 5)

Siguiendo esta sugerencia, la estructura metodológica de la presente tesis descansa sobre una doble base que combina el análisis textual de obras de *fan fiction* o *fics* con el estudio etnográfico de la escritura de *fan fiction* dentro de las comunidades de fans, a

partir de su aplicación a estudios de caso procedentes del ámbito de las series de televisión. Veamos la estructura en detalle.

6.1. Análisis textual

Para el análisis textual se procedió a construir una herramienta o modelo de análisis integrado, en forma de tabla de categorías, que toma algunos componentes de varias fuentes teóricas. Así, en un primer nivel, se integran fundamentos de narratología (Genette, 1989; Chatman, 1990; Bal, 1987; Dolezel, 1999) con contribuciones de la semiótica narrativa (Greimas y Courtés, 1982) e interpretativa (Eco, 1981; 1992). La eficacia de esta base teórica ya ha sido demostrada por Scolari (2009, 2013) en su aplicación al estudio de narrativas transmedia oficiales procedentes de ficción televisiva (*24*, *Lost*) y, más concretamente, en un estudio que realicé en colaboración con Carlos Scolari y Manel Jiménez (2012) donde analizamos el despliegue transmedia de franquicias de diverso origen (cuentos infantiles, series de televisión *reality-shows*, programas de humor y campañas políticas)³⁴. No obstante, en esta experiencia no se llegó a probar la idoneidad de la base teórica en un análisis de los textos generados por los fans dentro del ámbito transmedia. Dado que estas obras comprenden el objeto de estudio general de este trabajo, el modelo se ha adaptado para incorporar, en un segundo nivel, aportaciones y convenciones narrativas desarrolladas a lo largo de los años en el seno de las culturas fan (Jenkins, 1992a; Hellekson y Busse, 2006; Rubio-Hernández y López-Rodríguez, 2012). Esta fusión de categorías teóricas y prácticas responde al objetivo de ofrecer una aproximación rigurosa a los contenidos generados por los fans sin traicionar los usos propios de las comunidades de las que me considero parte. En este sentido, podemos afirmar que el enfoque metodológico con la que se aborda el total de la investigación es la del aca-fan (Jenkins, 2011), es decir, “la identidad híbrida entre académico y fan dentro de la misma concepción del ser” (Booth, 2013, p. 123)

³⁴ Mi participación en el proyecto de investigación *Narratives transmediàtiques, convergència audiovisual y noves estratègies de comunicació* (2010-2011), desarrollado por la Universidad Pompeu Fabra desarrollado en el marco de la VII Convocatoria de Ayudas para Proyectos de Investigación del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), fue una primera toma de contacto con el método sobre el que se construyó la modelo de análisis textual de la presente tesis.

Far from separate, dichotomous identities, the fan and the researcher, as Hills (2007: 46) status ‘can no longer be “set apart” from the culture and ideology it studies, but is rather “set in relation” with these contexts’ (Booth, 2013, p. 123) (sic).

En línea con los objetivos de la investigación, la herramienta de análisis fue concebida para ser probada en textos de *fan fiction*. No obstante, durante su elaboración, se insistió en que su uso potencial pudiera ir más allá de los límites de esta modalidad transmedia, abarcando otras como, por ejemplo, el *fan vid* y el *fan art* (sobre todo, en lo referente al estudio de formatos textuales comunes a varias modalidades), de ahí que se tratara de estructurar un conjunto de categorías lo suficientemente transversal y flexible para acoger cualquier tipo de manifestación creativa de los fans.

Dividida en ocho categorías esenciales, la tabla de categorías (ver Anexo I y II) incluye los siguientes aspectos que forman el núcleo del análisis textual implementado en este trabajo: transformaciones de personajes, transformaciones de programas narrativos, transformaciones en la densidad, complejidad y relevancia temática del *fantext* transmedia, transformaciones genéricas, formatos transmedia, estrategias narrativas aplicadas.

1. *Identificación general del fanwork.*

Título

Autor

Tipo de *fanwork*

Género fandom

Fandom u obra matriz

Personajes que intervienen

Relación o *ship* (si existe)

Extensión en palabras o duración en minutos

Número de capítulos o episodios

Fecha de publicación

Fecha de la última actualización

2. *Área del mundo narrativo donde se enmarca el fanwork.*
3. *Formato transmedia.*
4. *Personajes*
 - Número
 - De origen canónico
 - Personajes canónicos omitidos
 - De nueva creación
 - Cambio de roles actanciales
 - Cambio de relevancia (promoción/degradación de personajes)
5. *Programas narrativos (PNs)*
 - Colectivo (expansión/compresión del PN)
 - Individual (expansión/compresión del PN)
6. *Género.*
 - Fidelidad
 - Hibridación
 - Parcial
 - Total
 - Sustitución
7. *Temas.*
 - Densidad
 - Complejidad
 - Relevancia
 - Promoción (temas canónicos/temas nuevos)
 - Degradación (temas canónicos)
 - Jerarquía de temas
8. *Estrategias transmedia.*

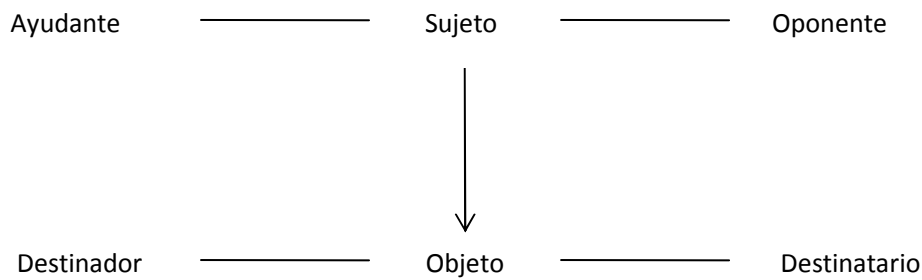
Centrándonos en el resto de apartados de la tabla, y como su nombre indica, la primera categoría comprende la clasificación básica de la obra dentro del gran ámbito de producciones de los fans. Además de aquellos aspectos autoexplicativos, se tiene en cuenta el tipo de *fanwork* (*fan fiction*, *fan vid*, *fan art*, etc.); el *fandom* o texto base transmedia del que procede (p. ej.: *The Vampire Diaries*); el género *fandom* de la obra, es decir, la categoría concreta con el que los fans en general clasifican la temática y el tono del texto derivado³⁵; y el *ship*, la pareja de personajes en una relación sentimental incluida en dicho texto.

El segundo apartado así como la tercera y octava categorías (resaltadas en negrita) recibirán un tratamiento en profundidad en el Bloque V, por lo que se ha optado por excluirlas de este capítulo dedicado a la metodología en donde describiremos las secciones restantes.

Así pues, y continuando con la descripción de los elementos de la tabla de análisis, el cuarto y quinto apartado se centran en el estudio de los personajes y los programas narrativos del *fantext* en contraposición a las del texto base transmedia. Empezamos prestando atención a los personajes, a los que se cuantifica y clasifica en función de su origen canónico, su novedad en relación al canon, o, en el caso de ser canónicos, su no presencia en el *fantext*. Una vez realizado este pequeño inventario, pasamos a observar el cambio de los roles actanciales de los personajes. Dentro del nivel de estructuras semio-narrativas de su *recorrido generativo*,³⁶ Greimas y Courtés (1982) distinguen seis roles actanciales (Sujeto, Objeto, Destinador, Destinatario, Ayudante y Oponente) cuya relación se representa de la siguiente manera

³⁵ Ver Bloque V, Capítulo 11.

³⁶ El *recorrido generativo* (Greimas y Courtés, 1982) es un esquema teórico que describe el modo por el cual se genera y desarrolla el sentido de un texto. Está compuesto por dos grandes niveles, el nivel de las estructuras semio-narrativas (subdividido en dos subniveles, nivel profundo y nivel de superficie) y el nivel de las estructuras discursivas. Dentro de estos dos niveles, se articulan a su vez dos componentes, sintáctico y semántico. Como ya hemos apuntado, la herramienta metodológica de este trabajo integra aportaciones de varios autores por lo que no se aplicarán todos los niveles del recorrido generativo. En el modelo de análisis propuesto se utiliza principalmente el subnivel de superficie de las estructuras semio-narrativas y su componente sintáctico, aunque cabe reseñar que se tomó el nivel de estructuras discursivas como base para la conceptualización de las estrategias narrativas transmedia (ver Capítulo 9, Bloque V).



De acuerdo al modelo actancial, el Destinador encarga el cumplimiento de un objetivo (Objeto) a un Destinatario, siendo el Sujeto la figura sobre la recae la responsabilidad de ejecutar todas las acciones necesarias para lograr el objetivo. En el transcurso de la misión, el Sujeto puede contar con la ayuda u oposición de otras figuras que desempeñan los roles de Ayudantes y Oponentes, respectivamente. Así, las diferentes acciones llevadas a cabo por los actantes y sus relaciones se engloban en una sucesión de programas narrativos que reflejan la trama central y subtramas de una historia. La sección se cierra con un subapartado sobre la relevancia en las que se registran las variaciones de peso narrativo de los personajes incluidos en el *fantext*. De estas forma, se reflejan los distintos movimientos de promoción y degradación a los que se somete a personajes protagonistas, secundarios y recurrentes en su tránsito del texto base transmedia al *fantext*.

Después de haber identificado los cambios en los personajes, es el turno del programa narrativo (PN), la “‘molécula’ de narratividad, constituida por un enunciado de hacer rigiendo a un enunciado de estado” (Floch, 1985, p. 201), acción mediante la cual se produce la transformación de dicho estado. De forma somera, entendemos los enunciados de estado como proposiciones de ‘poseer/no poseer’ un objeto ($S \cap O / SUO$), mientras que los enunciados de hacer o de acción conforman proposiciones de “hacer poseer/hacer no poseer” un objeto ($SUO \rightarrow S \cap O$) / ($S \cap O \rightarrow SUO$) (Pérez Latorre, 2010, p. 214). El encadenamiento de distintos programas narrativos y sus cambios de estado implícitos, originan la trama principal y subtramas de una historia. En este sentido, es importante subrayar que los cambios de estado reflejados en los PNs pueden afectar a un sujeto colectivo o individual. Dentro de esta sección, nos detendremos en aquellas transformaciones desencadenadas por la adición y eliminación de objetos (o pruebas,

según el modelo de Propp, 1981) y PNs secundarios que nos ayudaran a determinar si se producen movimientos de expansión o compresión en los programas narrativos colectivos e individuales del *fantext*.

La sexta categoría atiende a las posibles variaciones de género del *fantext* según su fidelidad al género canónico, los distintos grados de hibridación genérica mostrada (parcial, si la incidencia del nuevo género es limitada; o total, si se aprecia una fusión completa de géneros), o la sustitución del género original por otro alejado de la tradición del texto base transmedia.

Por último, el séptimo apartado de la tabla está dedicado a los temas o motivos abordados en la producción del fan, poniendo el acento en su densidad o concentración temática, su complejidad y relevancia, subapartado dentro del cual volvemos a observar potenciales movimientos de promoción y degradación en temas canónicos y nuevos, que nos sirven para establecer una jerarquía de los motivos tratados en el *fantext*.

Como cierre a las ocho categorías contenidas en la tabla, incluimos una sección de carácter abierto en la que se aborden aquellas guías interpretativas contenidas en el *fantext* que permiten su consumo con respecto al texto base transmedia. Así, nos interesa saber:

- Las competencias enciclopédicas que el *fantext* requiere al usuario para que pueda comprenderlo (lectores modelo generados por el *fantext*)
- Las competencias lógico-mnemónicas que permiten al usuario navegar por diferentes tipos de *fanwork* derivados de un mismo mundo narrativo.
- Las relaciones intertextuales con otros referentes de la cultura de masas u otros *fanworks*.

6.1.1. Corpus textual

Tal y como adelantamos más arriba, esta herramienta de análisis fue diseñada con el objetivo de poder ser aplicada a una gran variedad de *fanworks*, pero la muestra

principal de textos sobre los que se pondrá a prueba en este trabajo corresponde a la modalidad de *fan fiction*. Sin embargo, es importante destacar que no se excluye el estudio de otros *fanworks* que de forma complementaria ayuden a explicar las diferentes taxonomías, modelos y estrategias propuestos a lo largo de estas páginas.

Asimismo, y al tratarse de un estudio en profundidad de producciones derivadas o transformativas de un texto base ya existente, resulta esencial delimitar cuáles son esos textos antes de proceder con cualquier tipo de análisis. Hasta el momento, hemos situado nuestro objeto de investigación en los universos narrativos transmedia basados en series televisivas, pero no hemos concretado cuáles de estas ficciones inspiradoras de contenido para los fans constituyen los estudios de caso sobre los que validaremos la herramienta de análisis. De este modo, se han elegido un total de seis series de televisión adscritas principalmente a cinco géneros: fantasía heroica (*Game of Thrones*, HBO, 2011-), aventuras (*Águila Roja*, TVE, 2009-), drama de personajes (*Mistresses*, BBC, 2008-2010, *Infidels*, TV3, 2009-2011-), ciencia ficción (*Fringe*, FOX, 2008-2013) y drama sobrenatural (*Lost*, ABC, 2004-2010). El criterio de selección de estos ejemplos descansa sobre dos variables. En primer lugar, la variedad de género de estas historias permite ofrecer una panorámica más amplia de las cualidades de los contenidos generados por los fans en contextos ficcionales diversos. En segundo lugar, y en lo relativo al desarrollo transmedia y relevancia de cada una de ellas, no sólo nos interesa abordar series que cuenten con un seguimiento apasionado en todo el mundo, o numerosas iniciativas transmedia *top-down* como el lanzamiento de libros, cómics o juegos de mesa (*Lost*, *Fringe*, *Game of Thrones*) sino también proyectos similares de alcance nacional (*Águila Roja*), o producciones con un desarrollo transmedia más reducido tanto a nivel internacional (*Mistresses*) como local (*Infidels*).

A estas alturas de la explicación metodológica, conviene aclarar que cada caso está asociado a un objetivo de la investigación. Así, podemos establecer una jerarquía entre los ejemplos en la que queda constancia, una vez más, de la estructura inmersiva del presente trabajo. Con respecto al primer objetivo, *Águila Roja*, *Game of Thrones*, *Mistresses* e *Infidels* aportan los contenidos de webs y redes sociales sobre las que implementamos el estudio introductorio de la participación y creatividad de los fans en

el marco de una franquicia transmedia. En esta fase, llevada a cabo durante los meses de abril y septiembre de 2011, el análisis textual incide principalmente en aspectos vinculados con la construcción de lectores modelos (*Águila Roja* y *Game of Thrones*) y la práctica de la expansión y comprensión narrativas (*Mistresses* e *Infidels*) en entornos *top-down*, de ahí que se realizara una aplicación parcial de la tabla, y utilizase otra tabla auxiliar donde se agrupan los diferentes componentes de la web televisivas de *Águila Roja* y *Game of Thrones* (ver Capítulo 7, Bloque IV).

En cuanto a los objetivos segundo y tercero, enfocados ya al estudio en profundidad del *fan fiction* como texto transmedia, *Fringe* se constituye en el estudio de caso central, aplicándose la totalidad de categorías incluidas en la herramienta de análisis. Para ello, seleccionamos una muestra de 94 *fics*³⁷ inspirados en esta serie de televisión, escritos en inglés y publicados en el archivo de ArchiveOfOurOwn.com (AO3)³⁸ entre el 1 de Septiembre de 2009 y el 31 de mayo de 2013, así como 10 páginas de Facebook de personajes creadas por el fan blog paródico español *La Vaca de Fringe* entre el 20 de diciembre de 2011 y el 26 de enero de 2013. Se intentó realizar una selección variada, que reflejara en la medida de lo posible las distintas tradiciones genéricas del *fan fiction*, y en la que los *fics* contaran con un grado de reconocimiento en el *fandom* (ya sea por la originalidad de su planteamiento o su calidad literaria) para lo cual se atendió a la sección de comentarios de las comunidades (ver epígrafe 6.2.) a fin de obtener una panorámica más amplia de los títulos y autores de referencia. Nótese, sin embargo, la ausencia de ejemplos de *fics* en español incluidos en la muestra, lo cual se debe a una razón puramente estadística. Al tratarse de un *fandom* en el que la producción de *fan fiction* en español es muy escasa (ocho títulos registrados en AO3 por 113 en Fanfiction.net), el margen de encontrar ejemplos relevantes en nuestro idioma se ve

³⁷ Se tuvieron en cuenta tanto historias por entregas o noveladas, o muestras de formatos más breves como *one shots* o *drabbles*. Se denominan *one shots* a aquellas historias autoconclusivas que abarcan un solo capítulo, mientras que los *drabbles* son textos breves con una extensión de exactamente 100 palabras, aunque en algunos ámbitos el término también se utiliza para clasificar trabajos de hasta 1.000 palabras.

³⁸ En el momento de selección de la muestra, AO3 (www.archiveofourown.com) con un total de 1.337 obras de *fan fiction* basadas en *Fringe* (www.archiveofourown.org/tags/Fringe/works), era el archivo predilecto por los fans de la serie para la publicación de sus historias, a menudo también publicadas en otros archivos como Fanfiction.net (www.fanfiction.net), o las distintas comunidades de fans de *Fringe* alojadas en las plataformas de blogs LiveJournal (www.livejournal.com) y Dreamwidth (www.dreamwidth.com). AO3 destaca por la efectividad de su sistema de etiquetas, que facilita la catalogación y recuperación de *fics*, y la claridad de sistema de clasificación por edades, orientaciones sexuales incluidas en el *fic*, por contenido sensible y por el estado de progreso de la obra.

reducido significativamente³⁹ por lo que se optó por delimitar esta parte del corpus textual a trabajos escritos en inglés.

La principal razón para centrar el análisis en profundidad en el fan fiction y no en otro *fanwork* reside, por un lado, en la condición del *fan fiction* como la producción textual del fan más antigua que se puede abordar desde la narrativa transmedia, y, por otro lado, la ausencia de barreras técnicas y creativas que el *fan fiction* plantea al fan escritor. Asimismo, las páginas de Facebook de *La Vaca de Fringe* son un ejemplo paradigmático de producción transmedia que aúna los rasgos característicos del *fan fiction* con las destrezas empleadas en piezas de *fan art* resultando en una sutil mezcla de lenguajes que era impensable antes de la digitalización.

Cabe señalar que la condición de *Fringe* como estudio de caso nuclear no está reñida con la mención puntual de ejemplos de *fan fiction* o *fanworks* procedentes de otras series de televisión que puedan ilustrar los modelos textuales que se proponen. No obstante, a diferencia de estos casos circunstanciales, *Lost* ha sido incluida dentro del corpus principal de esta tesis por el análisis de 13 *fanworks* derivados en el análisis del *crossover* como formato transmedia⁴⁰.

Fringe es el ejemplo de caso en el que nos apoyaremos para desarrollar el cuarto objetivo, dedicado al estudio de la escritura de *fan fiction* como proceso de producción transmedia. Sin embargo, este acento en los procesos obliga a trasladar el foco del análisis desde el texto a las personas que participan en una comunidad de fans, y con ello, a cambiar las herramientas metodológicas utilizadas.

³⁹ Por el contrario, en el ámbito literario, y sobre todo a partir de sagas como *Harry Potter*, se detecta una amplia producción en español, con alrededor de 42.300 títulos registrados en la base de FanFiction.net en Julio de 2014 (298 en AO3), sin contar *fansites* y blogs.

⁴⁰ Ver Bloque V, Capítulo 11.

6.2. Estudio etnográfico

Para el análisis de los procesos de producción de *fan fiction* en el *fandom* de Fringe se ha optado por aplicar técnicas de etnografía virtual o digital como la observación participante de comunidades en red (Baym, 2000, 2007; Menon, 2007; Markham y Baym, 2009, Ardèvol et al., 2003; Estalella y Ardèvol, 2007; Denzin y Lincoln, 2011) y la elaboración de una encuesta online cualitativa (Costello y Moore, 2007; Gray y Mittell, 2007; Kozinets, 2010). La aplicación de métodos etnográficos cuenta con un largo recorrido en la esfera de los *Fan Studies* de extracción culturalista, sobre todo, en lo referido al análisis de las estrategias interpretativas de la audiencia en su consumo de medios de comunicación (Ang, 1985; Bacon-Smith, 1992; Jenkins, 1992a; Baym, 2000, 2007; Hills, 2005), pero su uso en el área de la narrativa transmedia se antoja todavía incipiente (Brooker, 2001; Beddows, 2012), de ahí su pertinencia e interés en la investigación que nos ocupa.

El método etnográfico entraña, no obstante, un riesgo importante que conviene reseñar en su aplicación al estudio de la cultura de los fans. Allí donde el análisis textual coloca el significado, forma y estructuras internas del texto en un primer plano en detrimento de la figura viviente del fan (Morley, 1980), la etnografía supone un riesgo de *otrorizar* (*othering*) al fan o de deshumanizarlo, en un intento del académico del *fandom* de mantener un postura imparcial para evitar ser percibido como un fan más y dar legitimidad a su objeto de estudio (Evans y Stasi, 2014). Esta problemática, muy habitual en las primeras etapas de los *Fan Studies*, es reveladora de la crisis de representación (Denzin y Lincoln, 2011) inherente a la fusión de objeto de estudio y sujeto investigador que con tanta frecuencia (este trabajo no es un excepción) se produce en la disciplina.

El paradigma jenkinsiano del *aca-fan* (Jenkins, 1992a) surge para dar respuesta a estas tensiones, y es en este particular cruce de caminos en donde florece la perspectiva metodológica de la autoetnografía reflexiva en los *Fan Studies*, por la que el sujeto investigador pasa a convertirse en el objeto investigado. Según Hills (2002, p. 51-52), la práctica de este método implica: evitar lugares comunes por medio de una constante

labor de autocuestionamiento, no utilizar la teoría para disfrazar lazos personales, romper con las convenciones académicas y tratar a los demás y a uno mismo de la misma manera. Evans y Stasi (2014) consideran que esta aproximación contribuye a subsanar los problemas de *otrorización* y liquidación del fan que la etnografía y el análisis textual plantean como métodos respectivamente, pero al mismo tiempo advierten de que el enfoque reflexivo puede llevar a centrarse demasiado en la propia individualidad y, por tanto, obviar el entorno y agentes culturales con que los interactúa. Para contrarrestar este riesgo, las mismas autoras abogan por un diálogo metodológico entre la autoetnografía y la etnografía virtual, recalcando el impacto que Internet en el desarrollo de las propias comunidades de fans

Digital ethnography provides an opportunity to contextualise individual reflections as part of a broader structural and politicised analysis of the way fandom is networked and communicated through online practices. It puts into action the organisation and politics of community, alongside individual and lived experience (...) internet technologies have been central to the way fan communities work and organised themselves today, and so the use of digital ethnography should be conducive to fan studies research (Evans y Stasi, 2014, p.16).

Sin alejarnos de esta pauta, y retomando el inicio de este epígrafe, en esta fase de la investigación aplicamos un método basado en técnicas de la etnografía digital (la observación participante de comunidades online de *fan fiction* basado en *Fringe* y la elaboración de una encuesta online cualitativa) combinadas con mi propia reflexión autoetnográfica como fan de *Fringe*. Además de datos relevantes a nivel cualitativo y cuantitativo, este enfoque permite obtener una aproximación más cercana a la experiencia real, sin caer en generalizaciones superficiales, y, al mismo tiempo, mantener la distancia necesaria para una interpretación crítica de los datos, evitando asunciones sesgadas o imprecisas (Silverman, 2006).

Las comunidades de *fan fiction* de *Fringe* no eran un tema desconocido para mí antes de empezar el proceso de observación participante. Mi entrada en el *fandom* de la serie se

había producido en el verano de 2010 cuando había disfrutado de un visionado intenso de las tres temporadas emitidas hasta entonces, y a la par, había empezado a leer algunas muestras de su *fan fiction* tal y como ya había hecho anteriormente con otros productos culturales de los que también me considero fan (*Harry Potter*, *Skins*). Así, puede decirse que ya contaba con un cierto grado de conocimiento de los sitios específicos en los que se compartía *fanfic* inspirado en la serie, y había adquirido una primera impresión del funcionamiento y tamaño de la comunidad así como de sus convenciones y temas recurrentes (Emerson, Fretz and Shaw, 1995).

El proceso de observación participante tuvo lugar durante doce meses, de junio de 2012 a junio de 2013, en seis sitios de fans. Estas webs abarcaron desde foros (fringe-forum.com⁴¹) comunidades de *fanfic* alojadas en Dreamwidth (fringetv-at-dw.dreamwidth.org⁴²) y LiveJournal (fringe-olivia.livejournal.com⁴³, fringefiction.livejournal.com⁴⁴, fringe-tv.livejournal.com⁴⁵ y cortexifans.livejournal.com⁴⁶) siendo todas ellas sitios de referencia populares en este *fandom* por número de usuarios o miembros registrados, antigüedad y ritmo de actualización⁴⁷. Las observaciones se centraron en la sección de comentarios de los usuarios, sobre todo, aquellos mensajes que contuviesen recomendaciones de *fics*, críticas a los autores y propuestas de ideas para futuras historias. Todos los sitios estudiados son de acceso público y abierto, y tampoco muestran contenido sensible por lo que, siguiendo las recomendaciones de la Association of Internet Researchers (AoIR) no fue necesario obtener el consentimiento expreso de los usuarios para la recogida de los datos. Además, es importante indicar que, durante este mismo período, tuvo lugar la selección de las 94 obras de *fanfic* utilizadas en el análisis textual. En cierto modo, los usuarios contribuyeron con sus comentarios en este proceso de criba, que empezaba en

⁴¹ Disponible en <http://www.fringe-forum.com>. Recuperado el 10 de diciembre de 2014.

⁴² Disponible en <http://fringetv-at-dw.dreamwidth.org>. Recuperado el 10 de diciembre de 2014.

⁴³ Disponible en <http://fringe-olivia.livejournal.com>. Recuperado el 10 de diciembre de 2014.

⁴⁴ Disponible en <http://fringefiction.livejournal.com>. Recuperado el 10 de diciembre de 2014.

⁴⁵ Disponible en <http://fringe-tv.livejournal.com>. Recuperado el 10 de diciembre de 2014.

⁴⁶ Disponible en <http://cortexifans.livejournal.com>. Recuperado el 10 de diciembre de 2014.

⁴⁷ Por ejemplo, fringe-forum.com contaba con un total de 16.211 usuarios registrados, y comunidades como fringefiction.livejournal.com y fringetv-at-dw.dreamwidth.org contaban con 698 y 115 miembros respectivamente (datos del 10 de diciembre de 2014).

las comunidades y terminaba en el archivo de *Fringe* en AO3⁴⁸ a través de los enlaces al archivo compartidos dentro de las diferentes comunidades.

La observación participante de estas comunidades y la anotación de mensajes relevantes para su posterior análisis (McCudden, 2011) permitió detectar algunos temas de interés sobre los que perfilaron algunas de las preguntas de la encuesta online que conforma la fuente principal de datos de esta parte de la investigación. Se diseñó un cuestionario anónimo compuesto por 38 preguntas de tipo cerrado (incluyendo preguntas de respuesta única y múltiple) y abierto (ver Anexo III) utilizando la aplicación web SurveyGizmo para la elaboración y análisis de encuestas y sondeos. La encuesta contó con sendas versiones en inglés y español para incrementar el alcance de la misma, y se compartió una invitación (enlace) para participar (ver Anexo IV) en los seis sitios webs de fans citados más arriba, en un blog (zonafringe.blogspot.com⁴⁹) y una cuenta de Twitter (@Fringenuity⁵⁰). El cuestionario fue publicado el 26 de noviembre de 2012, coincidiendo con la emisión de la quinta y última temporada de *Fringe* en Estados Unidos, y se mantuvo abierto hasta el 31 de enero de 2013, quince días después de la emisión del episodio final. Un total de 304 personas respondieron a la encuesta durante las semanas que permaneció activa.

La encuesta se abrió con una declaración de anonimidad en el tratamiento de los datos personales de los participantes, en los que se les informaba de la atribución anónima de las respuestas, y de la confidencialidad general de los datos que facilitasen. Tras una serie de preguntas de carácter demográfico (edad, sexo, lengua materna, segundo idioma y ocupación), el cuestionario se centraba en los hábitos de los participantes como lectores de *fanfic*, preguntándoles por sus sitios predilectos, el soporte para leer que utilizaban y la razón por la que leían *fic*s inspirados en *Fringe*. También se propusieron preguntas para saber el grado de conformidad de los fans con la definición de canon en el contexto de una franquicia transmedia como *Fringe*, y si eran lectores o escritores de *fanfic*. Dependiendo de la respuesta a esta pregunta, la encuesta adoptaba dos itinerarios: *lectores* y *autores*. Dentro del primer bloque, se diferenciaba a su vez entre

⁴⁸ Disponible en <http://www.archiveofourown.org/tags/Fringe/works>. Recuperado el 10 de diciembre de 2014.

⁴⁹ Disponible en <http://zonafringe.blogspot.com>. Recuperado el 08 de diciembre de 2014.

⁵⁰ Disponible en <http://www.twitter.com/Fringenuity>. Recuperado el 08 de diciembre de 2014.

lectores y lectores beta. Los *lectores beta*, como ya hemos explicado anteriormente, son aquellos fans que tienen acceso a los borradores de los *fics* para editarlos y sugerir cambios a los autores antes de su publicación. Si el participante declaraba ser sólo un lector común, se le dirigía al final de la encuesta.

La separación entre autores y lectores beta permitió preparar interrogantes para dar respuestas más concretas a las preguntas de investigación correspondientes al cuarto objetivo de la tesis. Dentro de la secciones de *lectores beta* y *autores*, los participantes se encontraron con preguntas abiertas relacionadas, respectivamente, con la labor de *betear* (es decir, de revisar *fics*) y escribir para *Fringe*:

- *En tu opinión, ¿cuáles son las cualidades básicas que debe tener un fanfic para que sea considerado como bueno? ¿Y las cualidades básicas que todo buen lector beta debe tener?*
- *¿Cómo describirías la relación entre un lector beta y un autor?*
- *¿Hay algún género de fan fiction (p. ej.: daño/consuelo, slash)⁵¹ en el que estés interesado/a cuando escribes para 'Fringe'? ¿Por qué?*
- *En tu opinión, ¿cuáles son las ventajas de las historias de universo alternativo sobre las canónicas? ¿Y viceversa?*

Del mismo modo en que los betas hubieron de calificar los aspectos que más observaban en la revisión de un borrador, los autores también tuvieron que ordenar los retos principales a los que se enfrentan cuando abordan la escritura de un *fanfic* basado en *Fringe*, los aspectos de la serie que más resaltan en sus *fics* y las fuentes de inspiración general para sus historias. A este tenor, se les preguntó adicionalmente si tenían en cuenta los contenidos extratelevisivos oficiales de *Fringe* durante el proceso de escritura. Para conocer la influencia que ha tenido la práctica del *fan fiction* en el conocimiento del mundo narrativo de la serie, y comprobar el uso de un segundo idioma por parte de lectores beta y autores, se plantearon sendas preguntas al término de ambos apartados. Finalmente, a todos los participantes se les dio la oportunidad de añadir otros comentarios acerca de la serie y el *fan fiction* antes de enviar sus respuestas.

⁵¹ Para una explicación de los géneros de *fan fiction*, ver Bloque V, Capítulo 10.

IV
DE LAS EXPANSIONES OFICIALES A LOS
CONTENIDOS TRANSMEDIA GENERADOS
POR LOS USUARIOS

CAPÍTULO 7. La web televisiva como plataforma transmedia y foco de participación

En 2011 tuve la oportunidad de colaborar en una investigación de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona sobre narrativa transmedia basada en criterios semi-narratológicos en la que se propuso la siguiente tabla taxonómica (ver Tabla 1) donde se resumen de forma aproximada las funciones de una web televisiva en el contexto de la transmedialidad. El cuadro ordena las diferentes funciones a partir de la autoría de los variados contenidos que componen el sitio. Así, en las funciones *top-down* se agrupan aquellos ítems con contenido creado por los productores, mientras que en las funciones *bottom-up* se enmarcan los contenidos generados por los usuarios (CGU).

Funciones <i>top-down</i>	Funciones <i>bottom-up</i>
Archivo textual, es decir, difusión de contenidos en <i>streaming</i> o <i>downloading</i> almacenados en la web para su disfrute en cualquier momento y lugar. Domina la lógica del <i>broadcasting</i> adaptada a las características de la Red.	Debates y aportaciones de los consumidores. Los usuarios comentan los textos y pueden llegar a interactuar con los propios personajes.
Información generada por los productores de la ficción acerca de la misma (base de datos sobre personajes y episodios, noticias sobre próximas emisiones, encuestas, etc.).	Plataformas para el almacenamiento de contenidos generados por el usuario (CGU), creadas por los productores para acoger las producciones del consumidor.

Tabla 1. Funciones de una web de televisión en el contexto transmedia. Adaptado de Scolari et al. (2011).

Como hemos visto en el Bloque II, uno de los rasgos de la narrativa transmedia puede consistir en ofrecer numerosas puertas de entrada a la franquicia con el objetivo de llegar a distintos segmentos de la audiencia a la vez, teniendo en cuenta su mayor o menor grado de inmersión en el mundo narrativo (Jenkins, 2003). En este sentido, y recuperando las nociones de Eco (1981) sobre semiótica de la recepción, Scolari (2009a) defiende la importancia de tener en cuenta también los procesos de interpretación de los consumidores de las variadas extensiones transmedia de un producto, con el fin de “enriquecer el enfoque tradicional de la narrativa” (p. 591). De este modo, cada extensión transmedia (texto) define a su propio usuario (lector) implícito o modelo (Scolari, 2009; Scolari et al., 2012).

Si consideramos el sitio web como una pequeña galaxia textual dentro del sistema transmedia de una serie de televisión, compuesta por varios textos (ítems con contenido) que suponen diferentes lectores implícitos, vemos que en el sitio también se puede reproducir la misma lógica de las puertas de entrada. Así, a un espectador que acaba de descubrir el programa le bastará en un principio con visitar la información básica y los wikis, o visionar el resto de capítulos, mientras que un espectador más veterano discutiría en el foro acerca de los últimos rumores o *spoilers*. Por ello, en el caso del sitio web también se antoja pertinente estudiar qué papel adopta el usuario o fan dentro de las funciones descritas en la Tabla 1, para trazar un itinerario de los usos potenciales de las webs de televisión de utilidad para los desarrolladores de estos sitios.

En este sentido, Bittanti y Eugeni (2004) ya esbozan una clasificación de los roles del usuario en su estudio del juego de simulación virtual *The Sims*. Las características tecnológicas y narrativas inherentes al videojuego han permitido el florecimiento de tres tipos de usuario. En primer lugar, destaca el *espectador*, que desactiva todas las opciones de control provistas por la interfaz y deja que los sims actúen automáticamente, con el resultado de situaciones ilógicas y poco verosímiles. En segundo, se encuentra el *jugador*, un usuario que hace un uso extensivo de las herramientas de personalización y control de las elecciones de sus sims, ya sea ‘entrando’ en un personaje (indicado con un rombo sobre la cabeza del sim) o asumiendo ‘la posición de un metapersonaje directivo que determina el destino de todo un grupo familiar’. En tercer lugar, ambos investigadores resaltan la existencia de un *autor intertextual*, que además de jugar, también reescribe su experiencia en imágenes y palabras, en forma de fotonovelas, gracias a un aprovechamiento exhaustivo de la función de captura de escenas incluida en el juego. En este último estadio se da una construcción total del sentido de las acciones que se producen en el juego.

7.1. Participación silente

Dentro de su aportación a los *Fan Studies*, y como se ha argumentado el capítulo dedicado al Marco Teórico, este trabajo parte del supuesto de que el grado de implicación emocional con el producto televisivo está desligado del tipo de actividades que un fan (un espectador ya implicado de entrada) pueda acometer en la Web o fuera de ella. Es decir, que un fan no escriba *fan fiction*, o sólo se limite a leer los mensajes de un foro sin dar su opinión, no es indicativo de una menor implicación con su objeto de *fandom*, como se desprende de algunas investigaciones del área (Fiske, 1992; Jenkins, 1992; Costello y Moore, 2007). Hemos visto cómo académicos de la vertiente culturalista (Tulloch y Jenkins, 1995) defienden la participación cultural del fan a través de sus creaciones y discusiones en foros como signo definitorio en contraste con el resto de la audiencia no fan mientras que otros próximos a esa misma corriente de pensamiento, como Hills (2002) y Sandvoss (2005), cuestionan esta visión. Asimismo, la existencia de la figura del *lurker* en los ámbitos online (Kollock y Smith, 1996; Nonnecke y Preece, 2000) contribuye a poner aún más en entredicho este enfoque de la faceta productiva del fan como determinante para una definición del concepto.

Al igual que la etnografía digital ayudó a asentar el campo de los *Fan Studies*, en general, esta disciplina también ha contribuido a una mayor comprensión de los *lurkers*, en particular. En concreto, el trabajo de Preece, Nonnecke y Andrews (2004) en grupos de discusión online de una amplia gama de temas ha arrojado luz sobre las motivaciones de los *lurkers* o, como prefieren denominarlos, “participantes silentes” o “participantes no públicos”. A partir de una encuesta a 375 grupos, detectan cinco razones para explicar su silencio: 1) consiguen lo que necesitan sin necesidad de postear; 2) algunos necesitan conocer a la comunidad y normas del foro antes de postear; 3) creen que su posición de *lurkers* ayudan a que el sitio no se sature de mensajes irrelevantes; 4) tienen problemas técnicos para dejar sus mensajes; y 5) no les gusta la dinámica de la comunidad, quizá por miedo a respuestas agresivas. También es significativo el desarrollo de un sentido de la comunidad que pone en suspenso el argumento de la falta de implicación o compromiso de los fans que sólo observan

Lurkers are capable of having a sense of community. If judged by traditional definitions of community membership, they do not meet all the requirements. However, much of their community mindedness and membership does not appear in the online public forum. This may be true for all members of online communities. That is, the online public interaction of the community may represent only a small portion of a community's total interaction. In any case, whether lurkers meet the definition of community members is a moot point, as they can do feel a sense of community (Nonnecke y Preece, 2003, p. 130)

En esta investigación incorporaremos el concepto etnográfico de participación silente o no pública a la perspectiva semiótica, con el objetivo de presentar un conjunto de modelos de participación y roles del usuario dentro de las webs televisivas en línea con la diversidad del fenómeno fan.

7.2. Interactividad y participación

La Web supone un consumo activo por parte del usuario, ya sea desde la búsqueda de información hasta la escritura de material propio. Es un medio que por sus cualidades tecnológicas no favorece las conductas de mero espectador o de *couch potato* (Siapera, 2004). El usuario siempre está obligado a navegar por el hipertexto, a *participar de* esa página a través de clics. El clic es la unidad mínima y obligatoria de la participación, que a su vez es un aspecto de la interactividad, tal y como se desprende de la definición de Packer y Jordan recogida por Castells (2001). Según estos autores, interactividad es “la capacidad del usuario de manipular y fingir directamente su experiencia de los medios, y comunicarse con otros a través de los medios” (Castells, 2001, p. 228). En ese comunicarse con otros reside la idea de *participación en* y la potencialidad de crear contenido, pero nótese el protagonismo de la presencia del usuario en la definición, en esa capacidad primaria de “manipular su experiencia de los medios”. De este modo, se puede presuponer una presencia que ‘toca’ esos medios, que *participa de* ellos, que los usa, con independencia de si se comunica a través de ellos, de si *participa en* ellos. El clic, por tanto, se perfila como la forma más básica de ‘tocar’ y materializar esa experiencia.

Sin embargo, Jenkins (2006a) opta por separar los elementos de manipulación (entendida como uso) y comunicación que destaca Castells en su definición integrada de interactividad. Así, Jenkins distingue entre interactividad y participación, siguiendo una línea dialéctica entre amos de la propiedad intelectual y consumidores

Interactivity refers to the ways that new technologies have been designed to be more responsive to consumer feedback. One can imagine differing degrees of interactivity enabled by different communication technologies, ranging from television, which allow us to only to change the channel, to video games that can allow consumers to act upon the represented world (...) The constraints on interactivity are technological. In almost every case, what you can do in an interactive environment is prestructured by the designer (...) So, for example, the amount of conversation possible in a movie theater is determined more by the tolerance of audiences in different subcultures or national contexts than by any innate property of cinema itself. Participation is more open-ended, less under the control of media producers and more under the control of media consumers (...) Allowing consumers to interact with media under controlled circumstances is one thing; allowing them to participate in the production and distribution of cultural goods—on their own terms—is something else altogether (Jenkins, 2006a, p. 133).

Jenkins vuelve a vincular la idea de participación a la de producción cultural, dejando de lado posturas observadoras que presentan un cariz participativo. Se prima la voz por encima del silencio, como si, por ejemplo, el asistente a un congreso no tuviera derecho a recoger su diploma de participante por haberse limitado a escuchar atentamente durante los debates de las conferencias, que, al mismo tiempo, se han beneficiado de su presencia como público. Con todo, esta oposición entre voz y silencio sí resulta de utilidad para distinguir dos tipos de participación en una web. En primer lugar, distinguimos entre la participación silente (*participación de*), aquella que se desarrolla a través de clics y saltos en la estructura hipertextual de la web, asegurando una presencia en el sitio. En segundo lugar, señalamos la participación vocal (*participación en*), en la

que la voz de los usuarios queda reflejada en esos contenidos que generan y publican en el sitio.

7.3. La web y sus funciones

A partir de estas consideraciones, el primer paso para el análisis fue elaborar una tabla (ver Tabla 2) que desarrollase las dos grandes funciones de las webs televisivas y los elementos que se adscriben a ellas a fin de realizar una primera observación y comparar los contenidos de los sitios de las series de televisión seleccionadas para esta parte del presente trabajo, *Águila Roja* y *Game of Thrones*.

		<i>Águila Roja</i>	<i>Game of Thrones</i>
Funciones top-down (Participación silente)	Elementos básicos		
	Información general	X	X
	Noticias	X	X
	<i>Recaps</i>	X	X
	Blog/perfil social corporativo	X	X
	Fotos (adelantos de capítulos, fotos promocionales)	X	-
	Descarga wallpapers	X	X
	Encuestas	X	-
	Trivia	-	-
	Vídeo		
	Episodios en <i>streaming</i>	X	-
	Entrevistas	X	X
	Tráilers, <i>sneak peeks</i> , <i>recaps</i>	X	X
	<i>Making of/Behind the Scenes</i>	X	X
	Iniciativas transmedia expansivas		
	Webisidios	-	-
	Videojuegos	X	-
Juegos de rol (pruebas)	-	X	
Blog/Perfil social de personaje	-	-	
Funciones bottom-up (Participación vocal)	Comentarios en blogs, noticias y redes sociales	X	-
	Entrevistas online	X	-
	Foros	X	-
	CTGU		
	<i>Fan fiction</i>	X	X
	<i>Fan vid</i>	X	X
	<i>Fan art</i>	X	X
Wikis	-	-	

Tabla 2. Tabla comparativa. Funciones de las web y elementos relacionados. Elaboración propia.

En las funciones *top-down*, representativas de la participación silente en el sitio, se pueden distinguir los elementos básicos de las webs y aquellas iniciativas transmedia expansivas desarrolladas en los webs. Dentro de los elementos básicos se incluyen: 1) la información general del programa (sinopsis del argumento, datos de producción y autoría, guía de personajes); 2) sección de noticias; 3) *recaps* (recapitulaciones o resúmenes de los episodios de la serie, temporadas completas, o arcos argumentales en formato texto, galerías fotográficas, vídeo, o infografía); 4) blog o perfil en red social de corte corporativo donde se vierten noticias, curiosidades sobre la producción, incidencias en la emisión o contenido promocional; 5) fotos (promocionales o adelantos de capítulos); 6) sección de descargas de material gráfico (fotos en alta definición, *wallpapers*); 7) encuestas; 8) trivia y juegos de respuesta inmediata, y 9) vídeo, que abarca los episodios en *streaming*, entrevistas, *making of* o *behind the scenes* de la serie, tráilers, fragmentos de próximos capítulos (*sneak peeks*⁵²) y *recaps* en formato vídeo. Las iniciativas transmedia expansivas, por otro lado, comprenden webisodios de corta duración, blogs o perfiles sociales mantenidos por los personajes de la serie donde relatan en primera persona aspectos de la historia que no se ven en televisión, y videojuegos y juegos de rol basados en pruebas que también expanden la narrativa del programa.

Con respecto a las funciones *bottom-up*, éstas se adscriben a la llamada participación vocal, abarcando los elementos a través de los cuales los fans pueden hacer contribuciones a la web. Por un lado, destacan los comentarios a noticias y entradas en blogs y redes sociales; las preguntas enviadas para entrevistas en línea; y los comentarios en foros de discusión, todos ellos paratextos que no operan directamente en el territorio de la narrativa del programa, y que pertenecen al ámbito de la discusión y la argumentación dentro de la esfera del *fandom*. Sí lo hacen, en cambio, las diversas variedades de *contenidos transmedia generados por el usuario* (CTGU). ¿Por qué incluir el adjetivo *transmedia* cuando hasta el momento hemos venido hablando simplemente de CGU? De la misma manera que no cualquier texto forma parte de una narrativa transmedia, tampoco todos los contenidos generados por el usuario deberían integrar una narrativa transmedia. Así, por ejemplo la reseña de un capítulo de una serie

⁵² Los *sneak peeks* son extractos de entre uno y diez minutos de una escena o secuencia perteneciente al programa.

que escribe un fan en su blog o en un foro, es una experiencia intertextual, pero difícilmente constituye un contenido transmedia. La producción textual de los usuarios, en general, va mucho más allá del fenómeno de la transmedialidad. Es por esta razón por la que conviene hablar específicamente de *contenidos transmedia generados por los usuarios* para describir aquellos contenidos que sí contribuyen a la expansión narrativa de relatos de ficción, y también de no ficción. Como ya hemos adelantado, en esta tesis nos ceñiremos a aquellas creaciones textuales de los fans, o *fanworks*, CTGU que sí implican cambios o diferentes formas de plantear la narrativa y los personajes de una ficción⁵³ (es decir, el área de creación de contenidos transmedia dentro de la esfera del *fandom*). Así, en la tabla se han destacado tres de estos contenidos: *fan fiction*, *fan vid*, *fan art* y wikis⁵⁴.

Una vez descritos todas las funciones y elementos de la tabla, a continuación se detallará su uso en las páginas web de *Águila Roja* y *Game of Thrones*.

7.4. Estudio de caso: *Águila Roja*

En febrero de 2009 TVE estrenó *Águila Roja*, una dramedia que narra las aventuras del justiciero enmascarado *Águila Roja* (alias de Gonzalo de Montalvo), que lucha por encontrar a los culpables de la muerte de su esposa durante el reinado de Felipe IV, en el Siglo de Oro español. Producida por Globomedia, la serie contaba con cuatro temporadas en el momento de iniciar esta investigación (actualmente acumula siete temporadas) y es uno de los buques insignia en la programación de la cadena pública, con audiencias que rondan la media de cinco millones de espectadores semana a semana. La página de inicio⁵⁵ en septiembre de 2011, mostraba un diseño en formato revista (ver Figura 4), aunque sus elementos básicos se agrupaban en contenedores

⁵³ Se pueden definir los *contenidos transmedia generados por los usuarios* (CTGU) en ficción como todas aquellas manifestaciones textuales, gráficas y audiovisuales que los fans de una determinada producción de la cultura de masas realizan en torno a ella. A su vez, los CTGU se subdividen en dos grandes modalidades de expresión: *creativas* (con un objetivo fundamentalmente recreativo o juguetón) y *divulgativas* (con un objetivo fundamentalmente informativo). El *fan fiction* pertenecería al primer grupo, mientras que los *recaps* vistos en el Capítulo 8, al segundo.

⁵⁴ Para una definición de contenidos transmedia generados por el usuario (CTGU) en ficción y una propuesta taxonómica de los mismos, consultar el capítulo 10 dentro de este mismo bloque.

⁵⁵ Disponible en <http://www.rtve.es/television/aguila-roja/>. Recuperado el 20 de septiembre de 2011.

temáticos muy diferenciados. Por ejemplo, en ‘Las claves del capítulo’ (del último episodio emitido) se podían encontrar: un *recap* en texto de los sucesos ocurridos en el capítulo, un *recap* fotográfico de una subtrama destacada de esa entrega, *sneak peeks* de las escenas que suponen los ‘mejores momentos’ del capítulo, otro *recap* fotográfico del episodio completo, y el *sneak peek* del momento que marcó el ‘minuto de oro’ de la audiencia de esa emisión. Asimismo, en el contenedor de ‘Noticias de Águila Roja’ aparecían destacadas las últimas novedades de la serie (a través de las cuales se puede llegar a un archivo cronológico completo) y en ‘Temporadas completas’ era posible acceder a los episodios íntegros en *streaming* para su visionado.

The screenshot shows a webpage titled 'Las claves del Capítulo 39'. It includes a 'Resumen del capítulo' section with a photo of a woman and text about 'Sátur' contracting the plague. Below that is an 'Audiencia' section with a photo of two people and statistics: 6,327,000 viewers, 35.1% of the screen share. There are also sections for 'Mejores momentos' (Best moments) and 'Fotogalería' (Photo gallery) with small images and captions. On the right side, there are social media buttons for 'Me gusta' (6000) and 'Twitter' (141). Below that is a section 'Encuentros digitales' (Digital encounters) featuring a photo of actor Javier Gutiérrez and a question 'Pregunta a 'Sátur''. Another section features a photo of Elisa Mouliá and a quote: 'A raíz del embarazo Irene va a dar un cambio espectacular'. At the bottom right, there is a video player with a play button and the text 'ver video'.

Figura 4. Fragmento de la página de inicio de ‘Águila Roja’ en la que se incluyen ‘recaps’ y noticias.

Entre otros contenidos que también se mostraban agrupados por su naturaleza temática sobresalían los ‘Encuentros digitales’, para dialogar con los actores de la serie, o ‘Fotos’, en los que se recogían desde los *recaps* fotográficos, tomas de personajes y material descargable en alta resolución. La *home* también contaba con un menú

horizontal en la parte superior donde se ordenan los elementos desplegados más abajo. En el submenú 'La serie' el usuario encontraba información básica sobre *Águila Roja*, el argumento general de la misma temporada a temporada, así como notas sobre cambios en el reparto que ha experimentado la serie. Asimismo, en la barra se podía observar un apartado de 'Vídeos exclusivos' en el que se compilaban los 'mejores momentos' temporada a temporada, y una sección de 'Música' de la serie.

Con respecto los comentarios, éstos se mostraban debajo de noticias y *recaps*, mientras que otros elementos de participación de los usuarios se repartían entre las entrevistas online, las cuentas oficiales de la serie en las redes sociales y, sobre todo, un 'Foro' público⁵⁶ muy activo (un total de 181.000 mensajes acumulados⁵⁷) en el que los fans previo registro podían comentar en profundidad cualquier aspecto relacionado con *Águila Roja*. Además de los temas habituales de este tipo de foros, como el seguimiento de capítulos y actores, destacaban dos subforos en donde se recogían, por un lado, 'Creaciones' de los usuarios del foro (*fan art* y *fan vid*, principalmente), y por, otro, consejos para avanzar en el videojuego online *Mi Águila Roja*.

Este videojuego era la única experiencia transmedia expansiva impulsada desde la web de la serie. Por un lado, el videojuego se presenta como un título de estrategia presentado en una plataforma multijugador que permitía al usuario gestionar su propia villa española del S.XVII y establecer acuerdos con otros jugadores y comerciar con ellos. Los acontecimientos ocurridos en la serie semana tras semana servían como hilo conductor de las misiones del juego y varios de los personajes protagonistas, incluido *Águila Roja*, aparecían para ayudar a los jugadores a superar las distintas pruebas. Además, cuando la serie no estaba en emisión, el juego se nutría de misiones alternativas que contribuían a extender el mundo narrativo de la producción televisiva sin afectar a su trama principal.

En general, los contenidos *top-down* de la web de *Águila Roja* permitían una navegación progresiva, es decir, adecuada a los diferentes niveles de usuario, desde el fan recién llegado hasta el experto. La información se mostraba actualizada con el

⁵⁶ Disponible en <http://foroaguilaroja.rtve.es/>. Recuperado el 20 de septiembre de 2011.

⁵⁷ Estadísticas del foro de *Águila Roja*. Consultadas el 20 de septiembre de 2011.

último dato, pero la arquitectura del sitio también permitía recuperar de forma sencilla contenidos más antiguos, de modo que la web no sólo abría puertas a un usuario modelo principiante, sino que también facilitaba la tarea a un usuario avanzado que deseara hacer uso de esos contenidos de archivo en un momento dado. Este espectro flexible de los usuarios se completaba con la oferta de un contenido transmedia expansiva que suponía una inmersión total en la narrativa de la serie y sirve de motivación tanto para novatos y expertos. Por un lado, fomentaba la mejora de la posicionamiento cognitivo de los principiantes con respecto al universo de *Águila Roja* al verse obligados a interactuar con todo tipo de usuarios, y por otro, planteaba desafíos a los conocimientos de los avanzados.

Las funciones *bottom-up* de la web, como los comentarios en noticias, y sobre todo, el foro y las muestras de contenidos generados por los usuarios que se incluían en éstos, hablan de una web que llamaba la atención de los fans y promovía la participación silente y vocal de éstos en un entorno oficial en el que, en el caso de los participantes vocales, se les permitía autogestionar su conversación y generar material diverso a partir de la serie. De este modo, por un lado, en el foro existía la figura de un moderador general perteneciente al equipo de RTVE.es, pero también se observaban fans en los que el moderador ha delegado sus funciones como premio a su dedicación y que se encargan de supervisar diferentes subforos. Por otro lado, en el foro de *Águila Roja* cristalizaban a la vez hasta tres tipos de fans o usuario: 1) *lurkers* o participantes silentes con mayores o menores competencias interpretativas que además de encontrar información en el sitio principal, también deseaban saber más leyendo los mensajes del foro, contribuyendo al aumento global de las páginas vistas de todo el sitio web de *Águila Roja*; 2) usuarios que sólo conversaban y debatían según su posición cognitiva; y 3) usuarios que además de discutir, generan *fan art* o *fan vid* también en función de sus conocimientos. Este énfasis en las competencias interpretativas viene refrendado por la propia estructura de archivo del foro, que reproduce los distintos niveles de profundidad del mundo narrativo y los diferentes usuarios modelos derivados (por ejemplo, un fan novato que se sentía más cómodo en el subforo donde se discutía la primera temporada en lugar de la última emitida).

7.5. Estudio de caso: *Game of Thrones*

En 1996, el guionista y escritor estadounidense G.R.R. Martin publicó *Game of Thrones* (*Juego de Tronos*, en español), el primer volumen de *A Song of Ice and Fire* (*Canción de Hielo y Fuego*), una saga de fantasía épica dividida en siete partes en las que se describe la caída del rey del ficticio territorio de Poniente y sus Siete Reinos, y las guerras e intrigas entre nueve casas poderosas (Targaryen, Baratheon, Stark, Lannister, Arryn, Tully, Tyrell, Greyjoy y Martell) para ocupar el vacío Trono de Hierro. Quince años después, en 2011, el canal de cable estadounidense HBO, con un presupuesto de 50 millones de dólares y bajo la supervisión de los productores ejecutivos David Benioff and Dan Weiss, estrenaba los diez primeros episodios de *Game of Thrones*, título final de la serie que adaptaría la vasta obra de Martin. El canal de pago Canal + es la encargada de emitir esta producción en primicia para España bajo el título de *Juego de Tronos*, que, en la actualidad, avanza hacia su sexta temporada.

En el momento del análisis, el sitio web de *Game of Thrones* en Canal+ España presentaba una disposición de los elementos básicos más sencilla que la de *Águila Roja*. La web se abría con una portada presidida por una única noticia y un vídeo de distinto contenido pero complementario a la información. Sin embargo, el sitio no ofrecía un archivo para noticias, de modo que la presencia de este tipo de elemento se puede considerar anecdótica. En el resto del espacio, se ofrecían redes sociales y una galería de recursos en los que se podían encontrar enlaces externos relacionados con *Game of Thrones*. La web también ofrecía un menú horizontal en la parte superior para acceder a otros contenidos como vídeos, información sobre la producción, una aplicación multimedia con las claves de los Siete Reinos de Poniente y sus personajes, contenido descargable y un juego de rol en el que los fans demostraron sus habilidades durante la emisión de la primera temporada. La pestaña de vídeos recogía varias modalidades ordenadas a su vez en submenús. Así, en el submenú ‘Escenas’, el usuario podía encontrar *sneak peeks* de cada episodio; en ‘Tráilers’, todo los *teasers* y tráilers emitidos por Canal+; en ‘Entrevistas’, comentarios de actores y el equipo de producción; en ‘Cómo se hizo’, vídeos de *making of*; y en ‘Trono de Hierro’, material sobre la gira de la réplica y el preestreno de la serie en cines con comentarios de los fans.

*Conoce Poniente*⁵⁸ es el nombre de la aplicación multimedia a través de la cual el usuario podía acceder a la información sobre el mundo narrativo de la serie durante la primera temporada (ver Figura 5). La interfaz en un primer momento instaba al usuario a elegir entre uno de los diez capítulos de la temporada para después reproducir (previo aviso de contenido *spoiler*) el mapa de Poniente que aparece en las novelas, con posibilidad de cambiar entre su versión física y política, y con todos los lugares destacados donde transcurre la acción en el episodio escogido. Haciendo clic en el lugar se desplegaba un cuadro de diálogo en forma de pergamino donde aparecen todos los iconos de las casas nobles y personajes pertenecientes a ellas que están en ese lugar en ese momento. Pulsando sobre el icono se da información de lo que está haciendo el personaje seleccionado en el episodio, además de ofrecer un pequeño menú que contenía vídeos del personaje en ese capítulo concreto (que coincidían con los *sneak peeks* mostrados en la web), los desplazamientos realizados por el mapa hasta ese momento y su perfil. Entrando en cualquiera de estos ítems, es posible acceder a la interfaz específica de cada uno de los lugares donde transcurre de la serie y obtener datos sobre el estado del mismo en dicho episodio, como la casa que gobierna ese territorio, un árbol genealógico con los miembros de la casa desde el que es posible acceder también a los perfiles de personaje, y a los vídeos de escenas sucedidas en ese lugar en ese episodio. Todas las interfaces de lugar contaban con una cronología común a todas ellas e invariable a lo largo de los capítulos con breves *recaps* textuales de todos los episodios anteriores, los hechos más importantes de la historia de Poniente, y datos sobre las religiones del reino y las instituciones del mismo. *Conoce Poniente* puede considerarse un ejemplo a gran escala de *recap* infográfico y multimedia que sintetiza de una forma visual todos los contenidos destinados a ayudar a una mejor comprensión del universo narrativo por parte del usuario.

⁵⁸ Disponible en <http://www.canalplus.es/conoceponiente/>. Recuperado el 25 de septiembre de 2011.



Figura 5. Aspecto de la presentación del primer episodio de 'Game of Thrones' en la aplicación 'Conoce Poniente'.

7.5.1. El juego de rol como catalizador de contenidos transmedia generados por el usuario

Los fans adquirieron protagonismo a través de las cuentas de la serie en Facebook y Twitter, pero en este caso también se observa un espacio dedicado a los CTGU, aunque dentro de unas condiciones determinadas. Se trata del juego de rol *Grito de Guerra*⁵⁹, en el que cada jugador representó durante dos meses a una casa creada por él mismo y conseguía puntos y premios (merchandising en su mayoría) a partir de la superación de diferentes pruebas. Por un lado, estaban las pruebas semanales del maestro Lanac (un personaje creado *ad hoc* para el juego) que, a través de intervenciones en vídeo, planteaba problemas que los más de 2.500 jugadores registrados debían resolver haciendo uso de memoria, agilidad mental, capacidad deductiva y conocimientos sobre *Game of Thrones*. Por otro lado, los concursantes también debían superar cada uno de los diez sistemas de puntuación desarrollados por 'La Guardia de los Secretos' y el

⁵⁹ Disponible en <http://gritodeguerra.canalplus.es/html/final.php>. Recuperado el 25 de septiembre de 2011.

usuario de Twitter @gritoguerra⁶⁰, el mensajero oficial del juego y jefe del equipo de desarrolladores de Canal+. Éstos se encargaron de la puesta en marcha de cuatro de los sistemas mientras que los seis restantes fueron obra de 'La Guardia de los Secretos', compuesto por 18 jugadores escogidos por @gritoguerra como premio a su dedicación al juego. El registro en el juego se realizaba a través de Twitter, de modo que el nombre de usuario era el mismo en *Grito de Guerra* que en la red social. Una vez registrados, los usuarios enviaban las respuestas a las pruebas a @gritoguerra para su recuento semanal. Cada semana tenía sus ganadores resultantes de la suma de puntos entre la prueba del maestro Lanac y el sistema de puntuación propuesto para esos días.

Cada sistema de puntuación retaba al usuario a una actividad distinta. Desde la primera semana hasta el final del juego, el fan podía solicitar 500 puntos gratis por su alta en el juego. Durante la segunda el fan debía encontrar fallos en el mapa de *Conoce Poniente*. Durante la tercera, debía crear *fan art* de cómo imaginaba una posada de los Siete Reinos y someterlo a votación. A partir de la cuarta, hasta el final del juego, el usuario podía comprar o vender pistas en Twitter a cambio de puntos para resolver los acertijos semanales del maestro, y a la vez crear frases ingeniosas a partir de lo sucedido en el capítulo de *Game of Thrones* emitido esa semana. En la quinta semana, se puso en marcha un concurso de *fanfic* que los usuarios enviaban a una dirección de e-mail cumpliendo ciertos requisitos en cuanto a extensión (no más de 500 palabras) y contenido (prohibición de *spoilers* tanto de la serie como de los libros). En la sexta semana, el usuario debía buscar a cinco usuarios denominados los Caballeros Errantes en el ránking de puntos del juego y retarlos en combate con resta de puntos y descenso de posiciones en la clasificación si alguno de estos caballeros alcanzaba los diez primeros puestos de la lista. Durante la séptima semana, los jugadores se encargaron de detectar cambios y actualizaciones ocultos en las páginas del juego. En la octava semana, los jugadores crearon de nuevo *fan art*, esta vez, sobre el símbolo del estandarte que identificaba a sus casas. Durante cada día de la novena semana, el personaje de la Vieja Tata planteaba cinco preguntas en la web y dos en Twitter que los jugadores debían responder con el riesgo de ser penalizados por fallar. Por último, en la semana diez, el sistema consistió en un ejercicio de *fan vid* paródico en el que los fans

⁶⁰ <http://www.twitter.com/gritoguerra>. Recuperado el 25 de septiembre de 2011.

debían elegir una entre tres escenas ofrecidas en versión original para subtítularla como desearan.

Si bien contenidos *top-down* como noticias recientes sobre la serie como incorporaciones al reparto de siguientes temporadas resultarían de utilidad al fan español, iniciativas como *Conoce Poniente* son una buena muestra de que existen otras formas originales y accesibles de presentar la narrativa de una ficción en la web a un rango amplio de usuarios modelo con diversas competencias interpretativas. En este caso, existía un usuario modelo avanzado construido por un texto anterior a la serie televisiva. Al tratarse de una adaptación de una obra literaria, el fan veterano sería siempre aquel que ha leído las novelas de *A Song of Ice and Fire* y, por tanto, haría uso del relato resumido del *recap* infográfico para recordar los acontecimientos más importantes adaptados hasta la fecha por la serie o detectar cambios en la adaptación. Este fan experto no podría, al mismo tiempo, acceder a información posterior o actualizada a sus competencias, ya que, a la vez, el *recap* servía de puerta de entrada para los usuarios modelo principiantes que llegaron a la serie de televisión sin haber leído ninguno de los libros, o nuevos fans con competencias ligeramente superiores por leer el título inaugural de la saga. En este punto, el *recap* de la serie cumplía una función de *divulgación* aunque, conforme el fan aumente su experiencia en el mundo narrativo, este resumen también funcionaría como *recuerdo*⁶¹. Desde el punto de vista de la serie, una vez que el *recap* incorporase nuevos hechos y personajes de las siguientes temporadas, aquellos nuevos fans que estrenaron la web habrían adquirido nuevas competencias que les harían acercarse a la interfaz de manera distinta a la de novatos posteriores, ya que con el tiempo se convertirían en usuarios modelos avanzados del mundo narrativo propuesto por el texto de la serie.

En cuanto a los contenidos *bottom-up*, en línea con lo señalado en *Águila Roja*, los comentarios en las redes sociales de *Game of Thrones* implican un usuario *lurker* y un

⁶¹ En una colaboración con Scolari y Jiménez (2012), constaté que el *recap* en cualquiera de sus modalidades no sólo sintetiza una temporada o una serie completa: “Este tipo de textos construye varios espectadores modelo a partir de su posicionamiento respecto al relato. De esta forma un *recap* es al mismo tiempo un texto de *síntesis* (resumen), *recuerdo* (destinado a los espectadores habituales) y *divulgación* (destinado a captar nuevos espectadores)” (p. 160). Para una discusión más detallada acerca de los *recaps*, consultar el Capítulo 8 en este mismo bloque.

usuario que conversa. A su vez, las actividades propias del tercer tipo de usuario, las enfocadas a generar contenido transmedia, no se confinan a espacios propios como ocurre con las otras clases que le preceden. En esta ocasión, los CTGU incluidos en el juego servían como puente para una interacción entre las funciones *top-down* y *bottom-up* de la web de la serie. El juego era un contenido orquestado desde arriba, pero se nutría de las aportaciones de los usuarios en dos niveles. En primer lugar, por medio de la colaboración entre responsables y fans para crear las pruebas del juego, y en segundo, a través de unas pruebas que demandaban la aportación creativa de los fans para obtener su recompensa. Desde el punto de vista de los usuarios modelo, se trata de un entretenimiento que en el que prevalecía un grado de competencias interpretativas adecuado al de principiante del mundo narrativo de la serie, de forma que éste no se veía forzado a adquirir más conocimientos acerca de Poniente de los que se le exigían en las emisiones semanales. Asimismo, los fans ya iniciados gracias a la primera novela y, sobre todo, los expertos de la saga debían acomodarse a esas reglas implícitas.

7.6. Competencias interpretativas y roles del usuario en las webs

En los apartados anteriores se han ido esbozando algunos de los roles desempeñados por los usuarios con respecto a su posición semiótica frente al texto presentado por dos webs de series de televisión. Durante el análisis se ha observado cómo la web televisiva puede constituir un *texto multiusuario* o *multifan* partiendo de dos variables, el grado de competencia interpretativa y el tipo de actividades desempeñadas en el sitio, que combinadas entre sí dan lugar a la construcción de un amplio espectro de usuarios o fans implícitos que entran al universo de ficción por puertas diferentes. Tomando como punto de arranque el posicionamiento cognitivo del usuario en un universo narrativo determinado es posible elaborar una clasificación de usuarios modelos de las web que abarca:

- un *usuario principiante*, es decir, un visitante casual de la web o un fan novato cuya participación en el sitio supone una disposición favorable a sumergirse

progresivamente en la narrativa de la serie y en sus extensiones transmedia (por ejemplo, un usuario desconocedor de lo que es *Águila Roja*, el forero que sólo ha visto su primera temporada hasta el momento, o el participante en *Grito de Guerra* cuya experiencia sobre *Game of Thrones* se limita al primer volumen de la serie);

- un *usuario medio*, aquel fan que todavía carece de un conocimiento exhaustivo, pero que detenta competencias siempre superiores al del principiante, lo que le permiten consumir contenidos que están fuera de la posición semiótica de éste último (por ejemplo, el forero de *Águila Roja* que ha visto la segunda temporada y que utiliza en el hilo de conversación relacionado, además de jugar en *Mi Águila Roja*; o el lector de *Game of Thrones* que leyó la primera novela antes de ver la serie);

- un *usuario avanzado*, un fan veterano o experto en cuanto a la amplitud de sus competencias interpretativas que lo habilitan para un aprovechamiento intensivo de todos los contenidos ofertados por la web (por ejemplo, el usuario que ha visto todas las temporadas de *Águila* y sus ha consumido todos sus productos transmedia; el fan que ha leído todas las novelas de G.R.R. Martin y ha visto la primera temporada de *Game of Thrones*).

En la mejor situación, la estrategia transmedia de un producto televisivo que quiera alcanzar el máximo aprovechamiento de su espacio en la web debe facilitar la recuperación de contenido en cada uno de estos niveles. El surgimiento de usuarios más avanzados va pareja a la antigüedad del producto, pero esto no puede eclipsar la constante llegada de nuevos usuarios atraídos por el universo narrativo y de los contenidos adecuados a ellos. De este modo, en lugar de considerar una clasificación por niveles vertical y jerárquica, en la que los nuevos contenidos dirigidos a los usuarios avanzados se apilan sobre los contenidos más antiguos de utilidad para principiantes, se prefiere una clasificación horizontal basada en criterios cronológicos. En este escenario se suaviza la brecha de niveles resaltando los contenidos nuevos y viejos al mismo tiempo (como en la web de *Águila Roja*) pero, a cambio, se mantienen todas las puertas

abiertas para que los usuarios disfruten de las mismas oportunidades en función de sus diferentes competencias interpretativas.

7.6.1. Modelos de participación

Si tenemos en cuenta la clase de actividades que un usuario puede llevar a cabo en la web de una serie de televisión, aparecen definidos unos modelos de participación que dan cuenta de las diferentes roles que adopta el usuario en su navegación por estos sitios. Como ya se indicó anteriormente, las aportaciones de Bittanti y Eugeni (2004) resultaron esclarecedoras para la elaboración de una taxonomía adaptada a estos escenarios digitales. En este caso, en lugar de tres, se distinguen hasta cuatro modelos de participación y los roles que implican:

Guerrero (2015)	Bittanti y Eugeni (2004)
Modelo observativo – <i>Lurker</i> , acechador	Modelo de la observación – Espectador
Modelo discursivo/ argumentativo - Tertuliano	Modelo de la participación - Jugador
Modelo creativo/ divulgativo - Creador	Modelo de la traducción intertextual - Autor intertextual
Modelo lúdico - Jugador	-----

Tabla 3. Modelos de participación y roles del usuario. Elaboración propia.

- *Modelo observativo, el rol del 'lurker'*. A diferencia del espectador que describen Bittanti y Eugeni en *The Sims*, no se considera al *lurker* como un observador totalmente externo a lo que ocurre en las webs, sino como un participante silente. Pese a no dejar una marca verbal en la web, ya que apenas comenta, su presencia y decisiones acerca de los contenidos que consume en el sitio sí afectan al desarrollo de éste de forma directa (la popularidad de unos contenidos de la web frente a otros, el desfase entre el páginas vistas y mensajes de un foro, o entre los comentarios y los múltiples 'Me gusta' de una entrada en Facebook, por ejemplo).
- *Modelo discursivo/argumentativo, el rol del tertuliano*. El tertuliano es un usuario cuya principal actividad consiste en participar en la web a través del ofrecimiento de su opinión en los espacios reservados para ello, como son los comentarios de noticias y los foros. Los contenidos que aporta al sitio televisivo

pertenecen al ámbito de la discusión y la argumentación. De acuerdo con la base de este trabajo, el *modelo de la participación* de Bittanti y Eugeni aplicado a la web se puede dividir en más roles de los previstos por ambos autores, pasando a ser un presupuesto bajo el que se clasifican todos los roles en lugar de un modelo concreto. Es decir, todos los roles en un sitio web son participativos, la única diferencia está en cómo se articula esa participación. Por tanto, hasta este punto existen roles participativos basados en la observación (*lurker*) y discusión/argumentación (tertuliano) al que se unen los basados en la creación/divulgación (creador) y la lúdica o el juego (jugador).

- *Modelo creativo/divulgativo, el rol del creador.* El creador, al contrario que el tertuliano, genera contenido que sí contribuye de manera efectiva a la evolución del mundo narrativo que consume, ya sea a través de trabajos donde predomina la creatividad (*fan fiction, fan vid* o *fan art*), pero también de productos destinados a dar a conocer ese universo narrativo, o a facilitar el acceso a otros usuarios. Al acoger este modelo de participación, la web se convertiría en una plataforma para la *traducción intertextual* de los usuarios.
-
- *Modelo lúdico, el rol del jugador.* El cuarto rol supone una integración de los modelos de participación anteriores en un tipo de usuario que se dedica a disfrutar de las aplicaciones recreativas que ofrecería la web televisiva. No obstante, la naturaleza particular de cada juego determinará hasta qué punto el jugador muestra más características de un rol que de otro (no es lo mismo el jugador que completa un trivial entre una serie de respuestas ya dadas que el jugador de Grito de Guerra de *Game of Thrones*. El primero estaría cerca del rol del *lurker* puesto que el trivial implica una posición más pasiva que el juego de rol).

Al igual que en la clasificación de competencias interpretativas, los cuatro roles del usuario detallados más arriba son deseables para cualquier web de televisión si sus responsables quieren fomentar la participación. Cada rol es complementario a los demás de manera que se crea una cadena trófica en el sitio, donde cada uno tiene su función.

De este modo, una web con contenidos atractivos atrae a *lurkers*, que a su vez aumentan las visitas de un foro gestionado correctamente donde los tertulianos generen una conversación que valga la pena leer. A su vez, los CTGU obra de los creadores también atraen a *lurkers* y tertulianos, así como el juego de rol puede reclutar jugadores a partir de usuarios en otros roles. En este sentido, el usuario modelo de una web puede desempeñar más de un rol al mismo tiempo, pudiendo ser un *lurker* en la mayoría de los contenidos del sitio, pero también un creador de *fan art*.

Sumario

A lo largo de este capítulo hemos dado respuesta a la pregunta de investigación “¿Cuáles son los tipos de participación implícitos en los sitios web?” a través de una serie de modelos de participación con sus correspondientes roles del usuario que pueda ser aplicable, no sólo a cualquier web de ficción televisiva, sino también a un sitios webs de entretenimiento televisivo, o webs, en general. A mí entender, tales roles constituirán una herramienta útil para: a) construir entornos virtuales adaptados a las necesidades de cualquier tipo de usuario; y b) obtener una aproximación más clara a las particularidades de los fans. De forma complementaria, los estudios de caso de la web de *Águila Roja* y el sitio oficial de *Game of Thrones* en España han permitido, en ese sentido, observar dos posibilidades distintas de web de series. Por un lado, destaca la propuesta más tradicional de *Águila Roja*, donde si bien se acogen las aportaciones creativas de los usuarios o fans, la frontera entre los contenidos *top-down* y *bottom-up* continúa siendo muy nítida, con secciones específicas para los segundos. Pero, por otro lado, el ejemplo de *Game of Thrones* también nos enseña que es posible trazar webs e iniciativas, como el juego de rol *Grito de Guerra* que presentan una estructura integrada donde los límites entre fans y productores se muestran muy difusos, y que facilitan una colaboración creativa más directa entre ambas partes.

CAPÍTULO 8. Compresiones narrativas y redes sociales: el caso de *Infidels* y *Mistresses*

En la primavera de 2009, la televisión pública catalana TV3 estrenó *Infidels*, creada por el productor y guionista Javier Olivares. Se trata de un drama contemporáneo de 42 capítulos repartidos en tres temporadas (2009-2011), en las que se desarrollan las relaciones familiares y sentimentales de cinco mujeres de la ciudad de Barcelona, todas ellas muy diferentes entre sí, pero a las que une un estrecho vínculo de amistad. Por sus elecciones estéticas y la continuidad de sus tramas, se puede hablar de un serializado drama femenino, con algunos puntos de comedia y surrealismo. Las cinco protagonistas, Paula, Lúdia, Joana, Cruz y Arlet hacen frente a diversas situaciones y circunstancias a lo largo de la serie, que van desde la infidelidad, enfermedad, pérdida de los seres queridos y sus consecuencias, maternidad hasta el redescubrimiento sexual.

En una entrevista concedida en febrero de 2011 con motivo de esta investigación, Javier Olivares reconoció que una de las inspiraciones para crear la historia de *Infidels* proviene de los seis capítulos que forman la primera temporada del drama *Mistresses*, que BBC One emitió a principios de 2008. La historia de *Infidels* guarda similitudes básicas con la serie británica, como es el foco en la relación entre las (en este caso) cuatro amigas, así como el tipo de personajes que presenta y los retos a los que deben hacer frente cada uno de ellos. Creada por S.J. Clarkson y Lowri Glain, finalizó su andadura de tres temporadas en agosto de 2010 con la emisión del último episodio de la serie, en el que Siobhan, Jessica, Katie y Trudi dijeron adiós para siempre a sus espectadores.

Infidels arranca el día de la boda de Paula con Marc. La asistencia inesperada al enlace de otro Marc, un antiguo amor de juventud, ahora padre de familia y casado con otra mujer, lleva a una relación sexual bajo unas escaleras que es presenciada accidentalmente por Cruz. El relato se mueve entonces al presente, un año después de la boda. Aparentemente, Paula se gana la vida como periodista, ha empezado a escribir una novela y que no sólo continúa casada, sino que mantiene una aventura con el otro Marc, de la que nadie sabe nada. Sin embargo, todo cambia para Paula el día en que le

comunican que padece un tumor cerebral en fase avanzada lo que la obligará a optar por aprovechar al máximo lo que le queda de vida junto a su amante, aunque eso signifique separarse de su marido y ocultar a todo el mundo su enfermedad.

Aunque el hilo conductor de *Infidels* sea la amistad entre las cinco amigas, es importante resaltar que dentro del grupo hay vínculos más fuertes que otros, como la de Paula y Cruz, y Joana y Lúdia que se remontan a mucho tiempo antes del momento en que se empieza a forjar la relación entre estas cuatro mujeres, cinco años antes del tiempo diegético. Por su parte, Arlet, la más joven, se unió al grupo dos años antes del inicio de la historia. Es debido a este juego de afinidades, por el que, Paula interviene de una forma más continuada en la trama privada de Cruz, por ejemplo. También en *Mistresses* se aprecian lazos de amistad con un recorrido más largo. Es el caso de Trudi y Katie, que se conocen desde años antes del comienzo de la historia, que tiene lugar cuando la médico Katie abandona una reunión de las amigas en casa de Trudi para encontrarse con su amante, John, con el que mantiene una relación ilícita por un triple motivo: está casado, se trata de uno de sus pacientes con cáncer terminal, y le pide ayuda para morir.

Jessica la más joven de las cuatro amigas británicas, se dedica a la organización de eventos junto con Simon, su jefe, con el se acuesta ocasionalmente a pesar de que él esté casado. Con un gusto por las relaciones sin compromiso, su visión de la vida cambiará cuando conozca a Alex, una mujer que contratará los servicios de la compañía para la boda con su prometida. De forma más o menos análoga en *Infidels*, Arlet, profesora, emprende una relación con otra mujer, Dani, a pesar de mantener una relación estable con su novio, Víctor. Otras similitudes se encuentran en las líneas argumentales de Trudi y Joana, ambas amas de casa engañadas por sus maridos que habían creado familias de forma paralela con sus amantes; y en la líneas de Siobhan y Cruz, ambas mujeres de éxito profesional que están intentando concebir junto a sus maridos (Hari y Eduard, respectivamente), pero que acaban teniendo escauceos con compañeros de trabajo.

A partir de la situación ficcional descrita más arriba, se decidió acotar el análisis a la primera temporada de ambas series de televisión (*Infidels*, 16 episodios; *Mistresses*, seis) y al contenido transmedia oficial y generado por los fans a partir de dichos volúmenes. De esta forma, se aseguró un campo de estudio mucho más rico con posibilidades de abordar relaciones de intertextualidad entre ambos universos narrativos (Genette, 1989, p. 14; Cascajosa Virino, 2006), ya que la narrativa de ambas producciones comienza a divergir a partir de sus segundas entregas. En cuanto a la cantidad de extensiones transmedia oficiales utilizadas para desarrollar el historia marco propuesto por ambas series de televisión (Tabla 4), en el caso de *Infidels*, se detectan dos tímidas expansiones hacia otros medios tanto en el número de experiencias como con el grado de coherencia de estas experiencias con la historia marco: un *recap* en formato vídeo, o vídeo-*recap*⁶² de la primera temporada incluido dentro del blog de noticias de la serie⁶³, y el perfil de Arlet en Facebook. Por su parte, *Mistresses* también ofrece en su web de la BBC⁶⁴ un vídeo-*recap* y un interesante *recap* infográfico donde se aprecian de un vistazo las distintas relaciones de cada uno de los personajes. Con respecto a los contenidos transmedia generados por los fans se tomaron como objeto de análisis para ambas series, ejemplos representativos de vídeo-*recaps* y otras piezas de vídeo en las que, como se verá, se recrean y revisan aspectos del mundo posible propuesto por la obra original.

⁶² Ver definición de vídeo-*recap* en la próxima sección.

⁶³ Disponible en <http://blogs.tv3.cat/infidels.php>. Recuperado el 18 de abril de 2011.

⁶⁴ Disponible en <http://www.bbc.co.uk/mistresses/>. Recuperado el 18 de abril de 2011.

	TELEVISIÓN	WEB OFICIAL	WEB 2.0
<i>Infidels</i>	1ª temporada (marzo – julio 2009)		Facebook de Arlet ⁶⁵
		Vídeo-recap 1ª temporada ⁶⁶	
	2ª temporada (septiembre - diciembre 2010)		
	3ª temporada (diciembre 2010 – marzo 2011)		
<i>Mistresses</i>	1ª temporada (enero - febrero 2008)		
		• Vídeo-recap 1ª temporada ⁶⁷ • Recap infográfico <i>The Tangled Web</i> ⁶⁸	
	2ª temporada (febrero - marzo 2009)		
	3ª temporada (agosto 2010)		

Tabla 4. Cronología del mundo narrativo transmedia de 'Infidels' y 'Mistresses'. Elaboración propia

8.1. Una muestra de compresión narrativa: *el recap*

Hasta el momento cuando abordamos la idea de narrativa transmedia, hemos insistido en el concepto de expansión, tanto a nivel de la historia o contenido (sucesos –acciones y acontecimientos– y existentes –personajes y escenarios–) como a nivel del discurso o expresión de dicha historia (Chatman, 1990), que aquí se manifiesta a múltiples medios o sistemas semióticos. Es decir, la expansión narrativa y la expansión mediática definen el fenómeno de la transmedialidad en su estado ideal. Sin embargo, la idea de expansión mediática ha permitido a Scolari (2013a) preguntarse si los ejemplos de textos 'narrativamente comprimidos' que hemos mencionado en las páginas anteriores, como tráilers, *sneak peeks* y *recaps* en la Web, deben ser considerados parte del sistema transmedia de un producto cultural de la misma manera en la que lo son textos 'narrativamente expansivos' como un webisodio o una novela. El autor llega a la

⁶⁵ Disponible en <https://ca-es.facebook.com/arletferreres>. Recuperado el 18 de abril de 2011.

⁶⁶ Disponible en <http://bit.ly/zMJ9ZE>. Recuperado el 18 de abril de 2011.

⁶⁷ Disponible en <http://bit.ly/eH2OFn>. Recuperado el 18 de abril de 2011.

⁶⁸ Disponible en <http://bbc.in/y9LGID>. Recuperado el 18 de abril de 2011.

siguiente conclusión al respecto de formatos textuales que, si bien forman parte de la expansión mediática de un mundo ficcional, comprimen la narrativa en lugar de ampliarla

Even if they do not incorporate new characters or their narrative programs are very limited, these paratextual *nanotexts* provide new interpretation frames or allow the consumer to enter the narrative world, and therefore become a basic component of the transmedia universe (Gray 2009: 3) (Scolari, 2013a, p. 48)

Como ya se pudo observar en el capítulo dedicado a explicar la metodología utilizada en esta tesis, compartimos el punto de vista de Scolari y hemos incorporado la compresión narrativa como una de las variables que configuran un relato transmedia. A continuación veremos cómo se desarrolla este procedimiento en el sistema transmedia de *Infidels* y *Mistresses*.

Navegando por el sitio web oficial de *Infidels* en abril de 2011, concretamente en el blog de noticias de la producción, el usuario encuentra la primera de las iniciativas transmedia de la serie. Se trata de un resumen audiovisual de ocho minutos donde se relatan los sucesos más relevantes ocurridos durante la primera temporada de la serie, en línea con la pieza de tres minutos y doce segundos que sintetiza la primera entrega de *Mistresses*. En el capítulo octavo de esta tesis, indicamos brevemente que estos vídeo-resúmenes reciben el nombre genérico de *recaps* pero, ¿qué se pueden entender por *recaps*? De acuerdo a la definición que aportamos Scolari, Jiménez y yo misma (2012), “consisten en recapitulaciones o sumarios de unos pocos minutos de arcos argumentales concretos, temporadas, o incluso, series completas” (p. 149). Además, insistimos en que el término no está limitado a la designación de sumarios audiovisuales, sino que también sirve para nombrar otras clases de resúmenes ya sean sólo texto, en forma de galería fotográfica o una combinación de ambos. De esta forma, se distinguen diferentes tipos de *recaps*:

- *Vídeo-recaps*: resúmenes cuyo soporte es el vídeo. Pueden ser de dos tipos: *extraídos*, en los que la labor de montaje es mínima y prima la selección de

escenas para su presentación en orden cronológico; o *montados*, en los que, además de seleccionar, se mezclan escenas y se utilizan recursos visuales (...)

- *Foto-recaps*: sumarios basados en galerías fotográficas realizadas a partir de capturas de pantalla de los episodios. Las escenas pueden estar acompañadas de pequeñas leyendas explicativas.

- *Recaps* textuales: resúmenes en forma de texto, que pueden incluir capturas de pantalla.

- *Recaps* infográficos: gráficos-resumen que integran texto, vídeo, fotos o sonido (Scolari, Jiménez, Guerrero, 2012, p. 149).

Siguiendo las aportaciones de Scolari (2013a), se puede decir que los *recaps* son textos transmedia que aplican una estrategia de compresión narrativa en la dimensión temporal del relato, pues estas piezas explican las claves de una historia utilizando el menor tiempo y espacio posible. No obstante, la estrategia transmedia inscrita en los *recaps* también puede operar en el terreno de los *personajes*, eliminando los programas narrativos de unos para resaltar los de otros. Esta última circunstancia no se da en los *recaps* de *Infidels* y *Mistresses*, en los que se muestran de forma resumida todos los programas narrativos de los personajes principales.

8.1.1. El ‘recap’ y la construcción de espectadores o usuarios modelo

En el vídeo-*recap montado* de la primera temporada de *Infidels*, lanzado en el mes de mayo de 2010 (tres meses antes de la emisión de la segunda entrega), se seleccionan y montan los momentos más importantes que se ponen a disposición del espectador habitual para que en ocho minutos sea capaz de recordar lo sucedido en episodios anteriores. Esta pieza también es útil para los espectadores recién llegados que tienen un conocimiento muy limitado de la historia. En este sentido, cabe destacar la finalidad introductoria y de presentación de este texto, que no pone a prueba las competencias enciclopédicas del usuario, es decir, éste no debe conocer el mundo narrativo de antemano para entender el contenido del vídeo-*recap*. Esta accesibilidad se articula gracias a dos hechos: a) las líneas narrativas individuales de las cinco protagonistas se muestran al completo, sin omisión de ninguno de los personajes secundarios que

intervienen, y b) el propio montaje y los recursos audiovisuales utilizados inciden en el carácter introductorio de la pieza, como por ejemplo, el uso de la cabecera de la serie al principio y de cortinillas para separar los distintos actos.

El *recap*, gracias a su accesibilidad para nuevos espectadores o usuarios, desempeñaría una de las funciones clásicas de cualquier texto transmedia según Jenkins (2003, 2006a): servir de puerta de entrada al universo narrativo. Por tanto, se puede afirmar que los recaps no sólo se crean para resumir una temporada o toda una serie a pocos minutos, o reducir el arco argumental de los personajes favoritos a unas pocas líneas o fotografías: este tipo de textos construyen varios espectadores modelo a partir de su posicionamiento respecto al relato. Así, “se puede hablar de tres propiedades inherentes a cualquier clase de recap en virtud de los objetivos y el tipo de público que se pretenden alcanzar: *síntesis* (resumen), *recuerdo* (espectadores habituales) y *divulgación* (nuevos espectadores)” (Scolari et al., 2012, p. 150).

En enero de 2009, quince días antes del estreno de la segunda temporada de *Mistresses*, la BBC lanzó el *Mistresses Series One Recap* en la página web de la serie y en YouTube. Dura tres minutos y doce segundos, y al igual que en el vídeo-*recap* de *Infidels*, aquí se condensan las principales líneas argumentales de las cuatro protagonistas británicas durante la primera temporada, incluyendo los programas narrativos de los personajes secundarios. Tampoco se apela al grado de experiencia del espectador, por lo que no implica una carga de trabajo interpretativo extra, a pesar de que no se utilizan recursos adicionales como cabeceras o cortinillas, y el montaje va alternando distintas escenas de unos pocos segundos, a diferencia de la división por actos vista en el *recap* de *Infidels*.

Ambas series están lejos de desarrollos más interactivos como el estudiado por Valencise Gregolin (2010) en su artículo sobre el blog de Juliana, uno de los personajes de la telenovela brasileña *Viver a vida* (Globo, 2010), que escribía a diario sus experiencias y respondía a los comentarios de los lectores (algo que, como veremos, no se da de forma profusa en el perfil de Facebook de Arlet), expandiendo de forma paralela la historia marco que ocurría en la telenovela. Sin embargo, en el terreno de los

recaps, y al igual que sucediera en el caso de *Game of Thrones* en España, *Mistresses* va un paso más allá, experimentando con el lenguaje multimedia e integrándolo en el concepto de red de pasiones esgrimido por la serie. Es el caso del *recap* infográfico *The Tangled Web*.

8.1.2. 'Recap' infográfico

The Tangled Web es una aplicación multimedia en Flash concebida como parte de la campaña promocional de *Mistresses* con vistas a su segunda temporada, estrenada a principios de 2009. El lema de la segunda entrega 'Love is a tangled web' ('El amor es una red enmarañada') está basado en una cita del poema *Marmion*, publicado en 1808 por el escritor escocés Sir Walter Scott: "Oh what a tangled web we weave, when first we practise to deceive!" / "¡Oh, qué enmarañada red tejemos cuando mentimos por primera vez!". El concepto enfatiza las complicadas relaciones personales y engaños en los que se embarcan las protagonistas. La idea de red domina el diseño de este *recap* infográfico (ver Figura 6), equipado con un menú con los nombres de las cuatro amigas que permite elegir qué subred privada destacar.



Figura 6. 'Recap' infográfico 'The Tangled Web' en la web de 'Mistresses' (BBC).

El conjunto se ameniza con la música de la cabecera de la serie para reforzar la sensación de que se está dentro del universo de ficción. Dentro de las subredes de cada una de las protagonistas es posible observar pequeños hipertextos de cada uno de los personajes secundarios que han estado relacionados con las protagonistas, y a la vez, los vínculos sentimentales de los personajes secundarios. Así, por ejemplo, Siobhan ha acumulado un total de tres relaciones a la altura de la segunda temporada (ver Figura 7) y si se hace clic en el nodo de la relación con Hari, por ejemplo, se expandirá una ventana con un *video-recap* de las escenas en las que aparece este personaje, y acompañado de una leyenda explicativa acerca del tipo de vínculo que le une a Siobhan. En este caso, se trata de su marido (ver Figura 8)

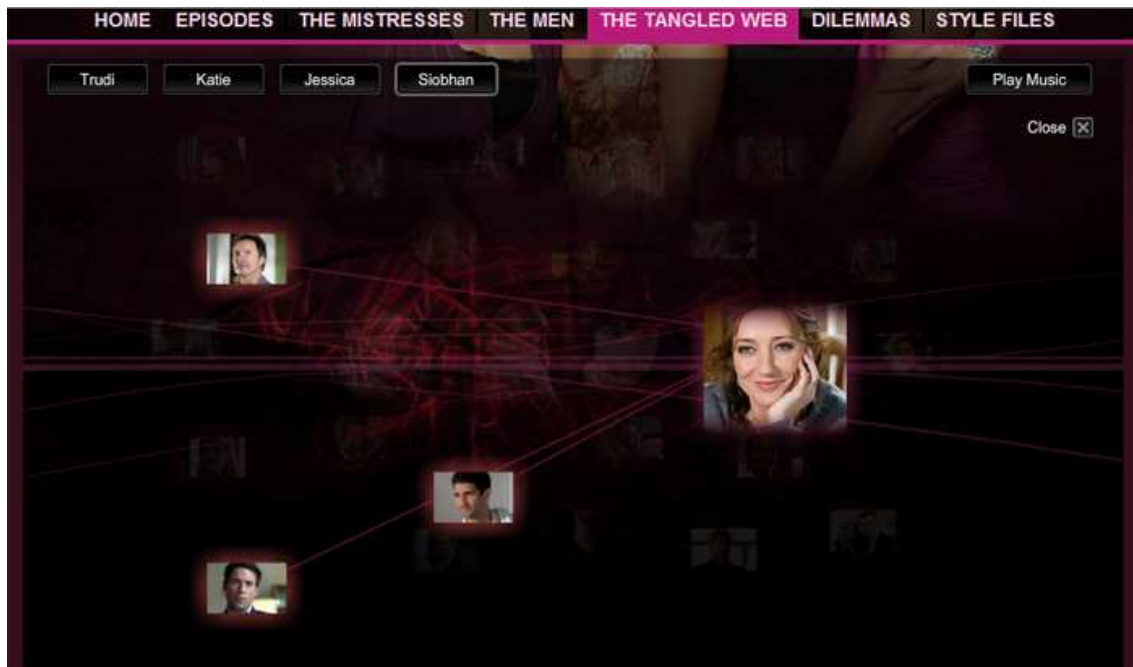


Figura 7. Detalle del 'recap' infográfico 'The Tangled Web' con las relaciones de Siobhan.



Figura 8. Vídeo-recap de Hari, marido de Siobhan, en 'The Tangled Web'.

La disposición gráfica de este texto pone de manifiesto de una manera más evidente el triple objetivo sintético, memorable y educativo del *recap* como una herramienta para comprimir el relato y facilitar su difusión a nuevas audiencias.

8.1.3. 'Recaps' y 'fan vids'

Los *recaps* vistos en el apartado anterior no son piezas exclusivas de los productores originales del mundo narrativo. Es interesante observar cómo las tres propiedades de síntesis, recuerdo y divulgación atribuidas a estos resúmenes adquieren un sentido aún más pleno cuando la mirada se traslada al entorno de las comunidades de fans, y dentro de éstas, a los fans pertenecientes a minorías raciales y sexuales en busca de visibilidad y representación, interesadas en compilar y difundir testimonios de dicha representación en los medios de comunicación con el fin de contribuir a una memoria y identidad cultural común (Jenkins, 1992; Dhaenens et al. 2008). Esta circunstancia es especialmente clara en los *fandoms* establecidos alrededor de *Infidels* y *Mistresses*. Ambas series retratan relaciones homosexuales entre dos de sus protagonistas que atrajeron la atención de los fans LGBT⁶⁹ en sus respectivas comunidades. Las

⁶⁹ Se utilizan las siglas LGBT (lesbianas, gays, bisexuales y transexuales) para designar a la persona o colectivo de personas cuya orientación no es heterosexual.

representaciones LGBT, aunque florecientes, continúan siendo escasas en cine y televisión de ahí que se observe en esta subgrupo de fans un constante afán por detectar, recolectar, traducir y difundir a audiencias afines historias con las que se puedan identificar (Marwick, Gray y Ananny, 2014).

De esta forma, todo el arco argumental de Arlet y Dani se encuentra *online* en YouTube en vídeos que recogen las escenas de ambas en los distintos capítulos de la serie. Se trata de vídeo-*recaps* en su variante más simple, la *extraída*, en la que no se observa ningún montaje creativo por parte del autor, que, nunca mejor dicho, extrae las escenas de la historia marco en la que tienen lugar para ordenarlas cronológicamente. Con este sencillo ejercicio de descontextualización se realiza un trabajo de compresión extremo, obviando otros programas narrativos que, en caso de aparecer, lo hacen de una forma accidental debido a la interacción concreta de esos personajes con una, o con ambas, protagonistas del vídeo-*recap*. La re-creación del contenido original en estos resúmenes es, en efecto, mínima, ocasionalmente añadiendo un *subbing* (subtitulado) en otros idiomas distintos al de la serie para favorecer su difusión a una audiencia más amplia. En el caso de *Infidels* se subtitula al español⁷⁰ y al inglés⁷¹ desde el catalán.

La línea narrativa de Jessica y Alex en *Mistresses* también cuenta con CTGU en el ámbito de los vídeo-*recaps* extraídos y subtitulados, aunque su interés para este trabajo se encuentra en la producción de *shipping vids*, una clase de *fan vid* cuyo objeto es rendir tributo a una pareja de una serie o película (denominada *ship* en las comunidades) normalmente utilizando una canción como hilo conductor a modo de videoclip musical. Estas piezas, al igual que los *recaps*, no exigen un conocimiento previo del mundo narrativo al que pertenecen debido a la reinterpretación que el autor realiza a partir de la historia original, de ahí que el consumo por parte del destinatario sea completamente autónomo y, de forma secundaria, sirva como punto de entrada a la serie de televisión. Los *shipping vids* suelen compartir título y duración con el tema musical que se incluye en ellos, como por ejemplo, en la pieza *Jessica & Alex Fan vid 'Cruel Intention'* (de una canción de Simian Mobile Disco)⁷², realizada por la usuaria de YouTube greys2938.

⁷⁰ Disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=r3I2nsfrHqI>. Recuperado el 27 de abril de 2011.

⁷¹ Disponible en http://www.youtube.com/watch?v=5moxCpF_QuE. Recuperado el 27 de abril de 2011.

⁷² Disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=HZcjNywTuco>. Recuperado el 27 de abril de 2011.

En este *fan vid* de tres minutos, la autora explota la actitud de despreocupación con el que Jessica se enfrentaba a su aventura con Alex durante los tres primeros capítulos de la serie. La relación de intertextualidad que se produce entre la letra de la canción refuerza la idea de casualidad y falta de compromiso. En concreto, el vídeo comprime la línea narrativa de Jessica poniendo el foco en los primeros lances de su relación con Alex, obviando escenas de los últimos tres capítulos en los que la relación se torna más dramática por el cambio de actitud del personaje, que ya no se conforma con ser la amante de Alex. Junto con esta selección de imágenes, la fan también ha omitido cualquier referencia a la temática de infidelidad que la serie expone en esta línea narrativa. Así, no se incluyen escenas con actantes que intervengan en sendos programa narrativos de Jessica y Alex como pueden ser Simon, el jefe y antiguo amante de Jessica, o Lisa, la prometida de Alex. Todos estos cambios contribuyen a crear un *shipping vid* de una pareja casual, con una significación muy distinta a la de romance ilícito que se muestra en la serie, y, por tanto, independiente del texto que da origen a la pieza.

Este ejemplo se aproximaría a lo que Dolezel (1999), en el campo de las reescrituras posmodernas de clásicos literarios, entiende como una *estrategia de reescritura por desplazamiento*: “Una versión esencialmente distinta del protomundo rediseñando su estructura y reinventando su historia” (pp. 287-288). No obstante, el uso de las mismas imágenes en *el shipping vid* (versión) que en la serie (protomundo), y el mismo programa narrativo de base en ambos textos (el sujeto Jessica desea al objeto Alex) entra en contradicción con la posibilidad inscrita en el reescritura por desplazamiento de crear “antimundos polémicos que minan o niegan la legitimidad del protomundo canónico”, de ahí que se incida en el carácter híbrido entre canónico (se mantienen los programas narrativos de base de la serie) y alternativo (cambio en los actantes y en el significado final) de este *shipping vid*⁷³.

Con respecto al relato construido en el *fan vid*, además de la comentada selección de unas imágenes específicas, el montaje rompe con el orden cronológico y espacial de los

⁷³ En otros ejemplos, como el *shipping vid Mistresses-Alex and Jessica-‘Tunnelvision’*, el autor se mantiene fiel al canon de la serie y a la temática que presenta a través de la línea narrativa de Jessica.

acontecimientos tal y como se estructuran en el relato de la serie de televisión. El vídeo presenta acronías con respecto a la serie de televisión: adelanta escenas que suceden más tarde en la ficción televisiva, y al revés, cuanto más avanzado está el relato recurre a escenas de los primeros capítulos. De forma paralela, se fragmenta la continuidad espacial ya que se pueden encontrar extractos de una misma escena compartida por la pareja a lo largo del vídeo.

8.2. La red social como extensión transmedia

Hasta ahora se ha venido observando cómo la expansión transmedia de *Infidels* y *Mistresses* (en este caso, hacia la Web) ha llevado pareja, de forma simultánea, una comprensión en la narrativa a través de los *recaps* de ambas series. En esta sección, se estudiará el perfil de Facebook del personaje de Arlet de *Infidels*.

Además del perfil de relaciones públicas con el que contaba la serie en el entorno de las redes sociales, desde el punto de vista transmedia, destacaba el Facebook de Arlet, al cual se podía acceder desde un enlace en el sitio de la serie en TV3. Esta página, creada durante la primera temporada de la serie (su primera entrada data del 18 de febrero de 2009, ver Figura 9), es un ejemplo de expansión transmedia basada en un personaje. En este caso, se relatan situaciones que han sucedido fuera de cámara durante el tiempo que transcurre entre la emisión de un episodio y el siguiente, constituyendo un contenido intersticial (Scolari, 2009a). Asimismo, el personaje establecía conversaciones con los fans que le siguen como si se tratara de una persona de carne y hueso, en un movimiento similar al mencionado blog de Juliana, de la telenovela brasileña *Viver a Vida* (Valencise Gregolin, 2010).



Figura 9. Primera entrada en el perfil de Facebook de Arlet.

Las series juveniles, en este aspecto, suponen un testimonio revelador del grado de desarrollo que las expansiones a partir de personajes están alcanzando en las redes sociales, como forma de aprovechamiento del target nativo digital al que van dirigidas estas producciones. Así, el canal británico E4 equipó a todos los protagonistas del drama adolescente *Skins* (2007-2013)⁷⁴ con cuentas en la red de microblogging Twitter en las que interactuaban entre ellos cuando la serie no se emitía, informando de sucesos que han sucedido durante el tiempo entre emisiones. Los personajes también conversaban con los fans que les siguen como si fueran personas reales, una iniciativa adoptada también por otro serie española destinado al público joven, *El Barco* (Antena 3, 2011-2013) (Grandío y Bonaut, 2012).

El perfil de Arlet contaba con un total de 1.261 amigos en abril de 2011, un mes después de la emisión del capítulo final de la serie. La página profundizaba en la identidad y gustos de Arlet (estudió en la Universitat de Barcelona, entre otros datos), en su línea narrativa individual, e indirectamente en la de aquellos personajes secundarios que actuaban en dicha línea, siempre desde el punto de vista limitado y hegemónico del personaje de Arlet. La ausencia de otros personajes de la serie en Facebook que ‘hablaran’ con Arlet en su muro de publicaciones (como sí ocurría con los personajes de *Skins*) refuerza esa limitación e indica una amplia independencia del

⁷⁴Disponible en https://twitter.com/thatskinny_b. Recuperado el 28 de abril de 2011.

programa narrativo de Arlet en Facebook respecto al resto de programas narrativos de la historia, sobre todo, el de sus amigas. Estas no estaban presentes en la red social, de ahí que se produjera una comprensión del programa narrativo colectivo a pesar de haberse dado una expansión a otro medio y una expansión del programa narrativo individual de Arlet. Justamente lo contrario de lo que sucede con *Skins*, en donde se aprecia una expansión mediática acompañada de una expansión del programa narrativo colectivo gracias la implementación de todos los programa individuales en Twitter. El caso del Facebook de Arlet, por tanto, nos sirve para observar que la expansión narrativa en redes sociales no siempre es un proceso de expansión total, si no que puede conlleva pérdidas en los programas narrativos dependiendo de cómo se efectúe dicha expansión.

Si prestamos atención a los acontecimientos que sucedían en la línea narrativa de Arlet, el perfil muestra una fuerte correlación entre los mensajes, fotos y actividades que el personaje publicaba en su muro y las acciones que llevaba a cabo en la serie de televisión. En otras palabras, existía un alto grado de serialidad entre la historia contada en Facebook y en la televisión. Sin embargo, este panorama implica que el usuario no podía comprender lo que sucedía en el muro de Arlet si no seguía la historia marco que tiene lugar en televisión, de ahí que todo quedara en manos del mayor o menor conocimiento que el usuario tenga del mundo ficcional de *Infidels* y, de forma concreta, del personaje de Arlet. En otras palabras, un usuario o fan ya iniciado encontrará más facilidades para decodificar este texto. La escasez de unos recursos o guías que facilitasen al usuario novato unas ciertas destrezas para pasar de medio a medio haciendo el recorrido inverso (del Facebook a la serie) podría explicar el porqué. Entre esas guías ausentes se pueden destacar tres:

- 1) El perfil carecía de una información biográfica sobre propietario de la página. Habitualmente, se trata de un pequeño texto donde se revela que la cuenta pertenece, en efecto, a un personaje de ficción.
- 2) Escaseaban las referencias explícitas a otros personajes en los mensajes y en las fotos que Arlet adjunta a su perfil. Cuando el personaje cambió su estado sentimental de 'En una relación' a 'Es complicado', ver Figura 10), el 22 de

mayo de 2009, sólo el usuario iniciado podía inferir que el personaje estaba haciendo una referencia a su ruptura con Víctor, sucedida el día anterior en el noveno episodio de la serie, en plena celebración del vigésimo séptimo cumpleaños de Arlet. La primera mención a Dani ocurre en el cumpleaños del año siguiente, en pleno interludio entre la primera y la segunda temporada, que se estrenaría en septiembre de 2010.



Figura 10. Estado del Facebook de Arlet el 25 de mayo de 2010. Primera referencia a otro personaje de la serie, Dani.

- 3) No existen comentarios (y por tanto, de perfiles estables) de otros personajes de la producción que ayuden a contextualizar los estados y publicaciones de Arlet y, a la vez, expandir la narrativa de la serie en general, no sólo la de una línea narrativa. El personaje interactúa de forma errática con sus fans/amigos pero nunca con personajes de su mundo de ficción que tengan Facebook. Este hecho resta complejidad narrativa a la propuesta transmedia, que no termina de aprovechar las posibilidades de expansión que ofrece la red social a favor del juego de relaciones personales presentado en la serie. Como excepción, se destaca un comentario de Joana a propósito del cambio de estado sentimental de su amiga (ver Figura 11), en el que el personaje se muestra preocupado por esto y menciona a su hijo Oriol y a Víctor, el por entonces novio de Arlet. Se trata de un comentario aislado, no apoyado en un perfil completo y permanente como el de Arlet, tal y como atestigua la queja de la fan que no ha podido enviar ninguna solicitud de amistad a Joana, lastrando una mayor posibilidad de participación en el sitio. Tanto Joana como la fan no reciben respuesta de Arlet.



Figura 11. Estado del Facebook de Arlet el 22 de mayo de 2009 con comentario del personaje Joana.

Junto con la falta de unas guías que faciliten la comprensión del perfil, también se subrayan interferencias en la narrativa del mismo debidas a la inclusión de contenidos publicitarios anunciados por el propio personaje, como si fuera un portavoz explícito de la serie. De esta de manera que se producía una duplicación entre los contenidos del perfil promocional de la serie en Facebook⁷⁵ y los contenidos del perfil de Arlet en el que el mismo personaje interrumpe el relato de su vida, como si rompiera una cuarta pared digital y recordase sin sutilezas su pertenencia a una serie de televisión (ver Figura 12).



Figura 12. Estado del Facebook de Arlet el 29 de julio de 2010.

⁷⁵ Disponible en <http://www.facebook.com/infidels>. Recuperado el 28 de abril de 2011.

La causa principal de esta falta de continuidad con la narrativa del texto matriz de la serie de televisión se encuentra en la aparente desvinculación del equipo creativo con el desarrollo directo del perfil en Facebook. Durante el transcurso de nuestra entrevista, el creador de la ficción, Javier Olivares, admitió “poco interés” personal y profesional hacia las expansiones transmedia en series de televisión. De hecho, fue TV3, a través de CCRTV Interactiva, la impulsora de la idea del Facebook, a diferencia de otras iniciativas desarrolladas por la productora de *Infidels*, Diagonal TV, para otras de sus ficciones como, por ejemplo, la novela *Isona: Diari de una nova vida a Ventdelplà*. Escrita por Laia Aguilar, una de las guionistas de *Infidels*, narra las vivencias pasadas de uno de los personajes de la telenovela *Ventdelplà*, y que dan origen a la historia desarrollada en televisión.

Así, CRRTV Interactiva dejó en manos de Mipiatxe, una productora especializada en creación y gestión de contenidos en redes sociales, la progresiva actualización tanto del perfil de Arlet, como del blog y Facebook promocionales de *Infidels*. Según comentó el jefe de contenidos de CRRTV Interactiva, Ferrán Clavel en una comunicación electrónica (febrero de 2011), se escogió sólo a Arlet como protagonista del perfil “por experimentar”, y la empresa consultaba a Diagonal TV “cuando lo necesitaba”: “Es más, se ha hecho algún cruce de guión entre la serie y el Facebook de Arlet, por tanto, se seguía la trama”. Sin embargo, los resultados de tal colaboración son antojan irregulares a la vista de los resultados descritos más arriba, ya que contactos puntuales no pueden compararse a la experiencia adquirida por un guionista o equipo de escritores inmersos en el mundo narrativo de una serie (Jenkins, 2006a; Gomez, 2007, Dena, 2008).

Pese a que se ha acotado el estudio a la primera temporada de *Infidels* (y, por tanto, a la producción textual en Facebook relativa a ese período), es importante señalar que en mayo de 2012, más de un año después del final de la serie, el número de seguidores del perfil de Arlet había descendido de 1.261 hasta 1.024, tras meses sin nuevas actualizaciones en el perfil (concretamente, desde junio de 2011). Esta pérdida de seguidores del perfil es síntoma de lo que, en general, se podría denominar *muerte de la extensión transmedia*, es decir, no habría una continuidad de la narrativa en las

extensiones una vez ha concluido el relato en el medio en el que se origina el sistema transmedia. La ‘vida útil’ de estas extensiones estaría ligada, por tanto, a la existencia del relato en el medio principal con vistas a fidelizar audiencias. En el caso del Facebook de Arlet la situación es bastante clara: la ausencia de actualizaciones tras el final de la serie derivó en una pérdida de seguidores indicativa del proceso de *muerte* de esta extensión. Todo esto obliga a pensar en las posibilidades que, en general, presentarían las redes sociales en cuanto a plataformas económicamente asequibles para prolongar la vida de los mundos (y, por ende, las marcas) narrativos transmedia más allá del final del relato y el medio del que surgieron.

Sumario

En este capítulo hemos contestado a las preguntas de investigación “¿Por qué se comprime la narrativa de una ficción televisiva?” y “¿En qué medida las redes sociales y la participación de los fans en estos espacios son utilizadas para expandir la narrativa de las series de televisión?”.

Con respecto a la primera, aplicar estrategias de compresión narrativa puede resultar de utilidad en productos o subgéneros, como el drama de personajes (y la telenovela), con gran abundancia de programas narrativos y actantes, para facilitar el acceso de nuevos espectadores o usuarios y afianzar a los ya iniciados. La puerta de entrada abierta por una pieza compresora de la narración siempre será más cómoda para un recién llegado en su camino para adquirir unas competencias interpretativas básicas de la historia principal. Atendiendo al ejemplo paradigmático del *recap*, dos de las tres cualidades descritas por Scolari et al. (2012), la sintética y divulgativa, apelan directamente a esa facilidad para dar a conocer un contenido. En cambio, la solución del problema del acceso a nuevos consumidores se vuelve más compleja si se intenta responder a la necesidad de adquirir competencias interpretativas a través de una pieza que expanda un aspecto de esa historia. Como se ha podido observar en el Facebook de Arlet, a veces, las extensiones transmedia no pueden ser entendidas si no existe un conocimiento previo del contexto que les da origen. De este modo, a un productor le sería más fácil captar un nuevo usuario desde, por ejemplo, el *recap* infográfico de *Mistresses* que desde el Facebook de Arlet, mientras que el usuario obtendría una posición cognitiva

más sólida con la que empezar a explorar el universo transmedia que tiene por delante. En lo que respecta a los usuarios ya iniciados, la cualidad de recuerdo del *recap* les permitiría evaluar sus propias competencias y les aseguraría a la hora de migrar hacia extensiones transmedia de esa ficción, como las redes sociales.

Con respecto a la segunda pregunta, las redes sociales entrañan un potencial muy interesante para ser explotado de una forma más satisfactoria que la vista en el caso del Facebook de Arlet. Las cualidades de este Facebook de personaje como expansión del mundo ficcional de *Infidels* dan cuenta de un aprovechamiento desigual en la práctica de la expansión narrativa, por un lado, de las características textuales de las redes sociales y, por otro, de las aportaciones argumentativas y creativas de los usuarios de esas plataforma algo que, por ejemplo, sí pudimos apreciar con mayor intensidad en el juego de rol *Grito de Guerra* que Canal+ España organizó en torno a *Game of Thrones*. La abundancia de actantes y programas narrativos en dramas como *Infidels* o *Mistresses* posibilita la creación de nuevas líneas argumentales a través de perfiles sociales de personajes que interactúen entre sí (Grandío y Bonaut, 2012), simulando la atmósfera canónica de la historia (los elementos fundamentales del estilo del relato y el modo de actuar de los personajes) en las plataformas sociales.

V

***FAN FICTION COMO TEXTO TRANSMEDIA:
EL CASO DE FRINGE***

CAPÍTULO 9. Estrategias narrativas transmedia aplicadas a los *fanworks*

En este capítulo detallaremos cómo se desarrollan las estrategias narrativa transmedia en los fanworks tomando *Fringe* como caso central. En primer lugar describiremos el universo narrativo transmedia de esta franquicia antes de adentrarnos propiamente en la explicación de las estrategias.

9.1. *Fringe*verse: historias y personajes de un universo narrativo

Concebida en las dependencias de Bad Robot, la productora regentada por J.J. Abrams y responsable de *Lost* (ABC, 2004-2010), y objeto de una fuerte promoción por parte de la cadena FOX como una de sus nuevas apuestas para la temporada de 2008-2009, habría extrañado que *Fringe* no hubiera seguido los pasos de la serie de la isla en su afán por ampliar las fronteras de la ficción más allá de la pequeña pantalla. Un esfuerzo multimedia y multiplataforma similar se puede observar en este drama de ciencia ficción ideado por J.J. Abrams, Roberto Orci y Alex Kurtzman, el trío de creadores que ya perpetrara el éxito de espías de la ABC *Alias* (2001-2006). Siguiendo los pasos del icónico ‘show’ de detectives paranormales de la FOX, *The X-Files* (1993-2002), y de la propia *Alias*, Abrams, Orci y Kurtzman centran la trama en la Fringe Division, una división secreta del FBI sita en un sótano de la Universidad de Harvard en Cambridge (Massachusetts, EE.UU.), dedicada a investigar y resolver una plétora de sucesos y crímenes de naturaleza sobrenatural relacionados con la ‘ciencia límite’ (*fringe science*), y que encuentran su origen las acciones de un brillante científico de Harvard con complejo de Dios que, en 1985, causó una brecha entre universos paralelos cuando intentaba superar la muerte de su hijo. A pesar del aplauso de la crítica televisiva, los cinco años de emisión de *Fringe* en FOX no fueron un camino de rosas ya que, desde la tercera temporada, la serie tuvo que hacer frente a la amenaza de cancelación debido a

los bajos índices de audiencia⁷⁶. Fue un *fandom* apasionado el que, a través de la compra de DVDs y el uso intensivo del Digital Video Recorder (DVR), consiguió salvar la producción. Al mismo tiempo, los fans generaron una gran variedad de contenido y se organizaron en torno a eventos en vivo en las redes sociales en un ejemplo de experiencia transmedia impulsada desde las bases. Aunque la serie recibió una amplia cobertura por parte de los medios de comunicación especializados, la producción académica en torno a ella ha sido escasa salvo algunos enfoques procedentes de la literatura (Clarke Stuart, 2011), los estudios de narrativa televisiva (Pérez de Algaba Chicano, 2011; Álvarez Berciano, 2012; Garín, 2013) y las investigaciones sobre narrativa transmedia (Belsunces Gonçalves, 2011; 2013), además de la publicación de sendas antologías de ensayos multidisciplinares, con acercamientos psicológicos, científico, literarios y televisivos. Por un lado, *Fringe Science: Parallel Universes, White Tulips, and Mad Scientists*, editada por Kevin R. Grazier (2011) y, por otro, *The Multiple Worlds of Fringe*, editada por Tanya R. Cochran, Sherry Ginn y Paul Zinder (2014).

Antes de relatar el sistema transmedia generado alrededor de *Fringe*, y a fin de ofrecer un contexto lo más completo posible de la serie, repasemos en primer lugar su argumento y personajes así como su periplo por los audímetros.

El investigador de la Universidad de Harvard que nombramos más arriba es el doctor Walter Bishop (John Noble), al que conocemos internado en un complejo psiquiátrico, despojado de su arrogancia y de parte de sus recuerdos, y mostrando todos los tics y extravagancias asociados al arquetipo del científico loco. Allí acude la agente especial del FBI Olivia Dunham (Anna Torv) acompañada del hijo estafador de Bishop, Peter (Joshua Jackson), dispuesta a que le den el alta médica para que la ayude a resolver el misterio de la muerte de su prometido y compañero en el Bureau, la primera de una serie de investigaciones de la Fringe Division que se completa con la presencia de Astrid Farnsworth (Jasika Nicole), agente júnior del FBI encargada de cuidar a Walter, y el jefe del equipo, el agente especial Philip Broyles (Lance Reddick). El grupo cuenta también con la ayuda ocasional de la directora ejecutiva de la compañía de tecnología

⁷⁶ Colaboradores de *Wikipedia*, “Fringe (TV Series)”, *Wikipedia*, <http://bit.ly/1hx48in>. Recuperado el 14 de enero de 2014.

punta Massive Dynamic, Nina Sharp (Blair Brown) y del agente Lincoln Lee (Seth Gabel), quien, con el tiempo pasará a ser un miembro permanente de la Fringe Division. A medida que avanzan los episodios, vamos descubriendo más detalles del pasado de Walter como su estrecha amistad con otro gran científico ya fallecido, William Bell (Leonard Nimoy), fundador de Massive Dynamic, con el que descubrió exploró el universo alternativo (“There’s More Than One of Everything” es uno de los lemas de la serie) que desencadenaría gran parte de los desafíos a los que se enfrentan los personajes en el presente. Un presente amenazado por una guerra entre las dos realidades después de que ‘nuestro’ Walter, devastado por la muerte de su hijo, Peter, decidiera secuestrar al Peter de la realidad paralela para criarlo como propio, enfureciendo al Walter Bishop (apodado ‘Walternate’) de aquel mundo.

La obsesión de Bishop y Bell por el universo alternativo, parecido al nuestro salvo unas pequeñas diferencias, y el peligro de una invasión orquestada desde el otro lado, les llevó a realizar experimentos con niños, suministrándoles dosis de una droga llamada Cortexiphan con el objetivo de convertirlos en el futuro en una suerte de supersoldados con poderes que salvarán este mundo de su destrucción. Uno de esos menores era el Sujeto Número 13, la agente Olivia Dunham, ahora una adulta solitaria con una gran empatía, que apenas recuerda una infancia marcada por un padrastro violento al que a punto estuvo de matar a tiros en defensa de su madre. A medida que avanza la trama y vuelven los recuerdos, el Cortexiphan latente en Olivia hace que ésta vaya exhibiendo algunas habilidades psíquicas, la capacidad para discernir qué objetos o cuerpos pertenecen a esta realidad a través de un destello que sólo ella puede ver (así descubrió que su interés amoroso, Peter, no pertenecía a esta dimensión), además de la habilidad para cruzar de un universo a otro de forma segura. La existencia de la dimensión alternativa abre la puerta para el desfile de los álter egos o *doppelgangers* (dobles) de los personajes como Walternate, Alternate Olivia (o ‘Fauxlivia’, la falsa Olivia, como la llama el Walter de ‘aquí’), Astrid, Broyles o Nina, todo ellos con algunos rasgos físicos o comportamientos particulares que sirven para diferenciarles de sus réplicas en este mundo. Como ya ocurriera con *Alias*, donde la CIA y la organización terrorista SD-6 competían para hacerse con los artefactos y profecías de Milo Rambaldi (una suerte de Leonardo del siglo XV) los personajes de los dos universos de *Fringe* luchan por el

control de los fragmentos de memoria que Walter, horrorizado con sus actos del pasado, decidió extraer de su propio cerebro, y que contienen la respuesta para comprender las dinámicas entre ambas realidades. En el medio de esta tensión entre realidades paralelas se encuentra September el Observador (Michael Cerveris), un enigmático ser con aspecto humano, calvo y carente de emociones que forma parte de un grupo de vigilantes del espacio-tiempo, ataviados con traje y sombrero, que se dedican a registrar momentos clave de la Historia bajo un estricto principio de no intervención en los asuntos de la humanidad.

Temas recurrentes en la seriegráfía de Abrams como el amor y las a veces complicadas relaciones entre padres e hijos, la ambición desmedida, la sed de poder (todos ellos ya presentes en *Alias*), pero también los peligros y conflictos éticos que plantean los avances científicos, la redención y el lugar del ser humano en un universo inabarcable se filtran en todos los episodios de *Fringe*.

9.2. Cómo sobrevivir dos veces al *Friday Night Death Slot*

Fringe se estrenó en las pantallas de la FOX el 9 de septiembre de 2008 con un piloto doble cuyos costes de producción igualaron los 10 millones de dólares invertidos en el piloto de *Lost*. Su primera temporada estuvo compuesta de 20 episodios a los que siguieron 23 en la segunda, 22 en la tercera y la cuarta, y finalmente 13 en la quinta y última temporada. En sus inicios la serie mostraba la estructura propia de un drama procedimental (pensemos en la franquicia *CSI*), con capítulos autoconclusivos donde la trama se articula alrededor de un ‘monstruo’ o caso de la semana, combinada con la de un drama serializado en el que un gran arco argumental se desarrolla a lo largo de los episodios. Pero los guionistas de la serie no tardaron en sucumbir a la segunda vertiente, apelando cada vez a unos fans involucrados con la mitología y personajes de la serie en lugar de intentar alcanzar a un público más amplio, razón por la que al principio se había optado por aplicar un planteamiento procedimental en los episodios (Belsunces Gonçalves, 2011). A diferencia de *Lost*, el periplo de *Fringe* en los audímetros fue mucho más accidentado, empezando con una media de 10 millones de espectadores en la competitiva noche de los jueves, que se desplomó a 6,25 millones en el segundo año

para continuar cayendo a 5,85 en el tercero hasta situarse en los 4,2 millones de espectadores en las dos últimas temporadas.

9.2.1. Primera campaña

Ante unos datos de audiencia cada vez más menguantes, en noviembre de 2010, durante la emisión de la tercera temporada, FOX anunció un cambio en la programación de la serie. *Fringe* pasaría de emitirse los jueves a las nueve de la noche (el horario estrella de la televisión estadounidense) a lo que se conoce como el *Friday Night Death Slot* (“La franja de la muerte de los viernes noche”); la peor noche de la parrilla televisiva, ya que los espectadores, próximos al fin de semana, salen de sus hogares y no ven la televisión. Es otras palabras, FOX había trasladado la serie a un horario que significa la antesala de la cancelación para muchos programas sospechosos de bajas audiencias (Cochran, 2014). Instalada en su nuevo horario a partir de enero de 2011, *Fringe* siguió batiendo sus propios récords de *ratings* mínimos⁷⁷. Ante este panorama nada alentador, los fans pusieron en marcha una iniciativa, llamada The Fringe Movement, que contó con el apoyo de los críticos de medios especializados (que siempre alabaron la complejidad de la narrativa y personajes exhibida en los guiones de la serie) y por el propio equipo de la producción, encabezado por el actor Joshua Jackson (Clarke Stuart, 2011).

Iniciativas como The Fringe Movement no pueden entenderse sin tener en cuenta el proceso de migración de los *fandoms* hacia las redes sociales. De hecho, la base de fans más activa de la serie se encontraba en una red social, Twitter (Clarke Stuart, 2011, p. 178). Al igual que otras experiencias en otras comunidades como *Glee* (Word & Baughman, 2012), *Downton Abbey* (Schirra, Sun y Bentley, 2014) o *Scandal* (Everett, 2015). *Fringies* o *cortexifans*⁷⁸ procedentes de todo el mundo, conectados a través del *hashtag* o etiqueta #Fringe durante la emisión de los capítulos, se habían apropiado del hábito de ver la televisión y comentar la experiencia simultáneamente a través de una

⁷⁷ Por ejemplo, la emisión del decimotercero episodio de la tercera temporada ‘Subject 13’ el 25 de febrero de 2011 se saldó con una audiencia total de 4,02 millones de espectadores y nuevo *rating* mínimo hasta ese momento de 1.5/5 en el segmento demográfico de 18 a 49 años, el más codiciado por los anunciantes (Gorman, 2011).

⁷⁸ Apodos por los que se conoce popularmente a los fans de *Fringe*. *Cortexifan* es un derivado de *cortexiphan*, la droga ficticia que, como hemos visto, juega un papel importante en la narrativa de la serie.

segunda pantalla (sobre todo, la del ordenador o el móvil), que tanto define el fenómeno de la Televisión Social (Proulx & Shepatin, 2012; Galindo Rubio et al. 2014), otro de los frutos de la cultura participativa descrita por Jenkins (2006a) y que captado la atención de la industria

Television shows and networks have increasingly incorporated social media into their programming, for example by promoting the use of Twitter hashtags to channel user interaction with televised content and by showing a selection of incoming hashtagged tweets during live shows; by establishing dedicated Facebook fan pages and Twitter accounts for shows, presenters, or even fictional characters; or by providing their own bespoke social networks and apps (Woodford et al., 2014, p. 1)

Los productores ejecutivos Joel Wyman y Jeff Pinkner y el mencionado Jackson a menudo se unían a estas conversaciones desde sus cuentas oficiales, construyéndose así un canal de comunicación directo entre los fans y los representantes de la serie, en donde circulaban adelantos de primera mano sobre el estado de la renovación y continuas llamadas a los espectadores estadounidenses a sintonizar *Fringe* en FOX los viernes por la noche, en una campaña que los *cortexifans* bautizaron como ‘Fringe Friday’.

La triple necesidad de centralizar los mensajes de la campaña, de amplificar su alcance más allá de los eventos en Twitter, y de implicar a los *fringies* que vivían fuera de las fronteras de los Estados Unidos llevó a The Fringe Movement a crear TheFringeNetwork.com⁷⁹. En este sitio web el movimiento ponía a disposición de los fans una variedad de recursos para ayudar a promocionar *Fringe* como enlaces a noticias, críticas favorables y vídeos, además de a las doce webs y blogs de fans que se habían sumado a la iniciativa y las diferentes cuentas sociales del movimiento en Twitter, Facebook, Tumblr y YouTube⁸⁰. Asimismo, se animaba a los fans a crear sus propios materiales y vídeos de apoyo a la serie (Belsunces Gonçalves, 2011, p. 76).

⁷⁹ La web no estaba disponible durante la escritura de esta tesis.

⁸⁰ De estos perfiles sociales sólo Twitter (<http://www.twitter.com/fringenetwork>), Tumblr (<http://fringemovement.tumblr.com>) y YouTube (<https://www.youtube.com/user/theFRINGEmovement>) seguían siendo accesibles en enero de 2015.

Si bien de acuerdo con los teóricos del *Fan Labor* (De Kosnik, 2013), los contenidos generados por los *cortexifans* para apoyar The Fringe Movement puede ser interpretada en última instancia como mera publicidad o trabajo gratuitos para *Fringe*, el motivo principal de la iniciativa es el mismo que inspiró aquellas primeras reivindicaciones para salvar *Star Trek* a finales de los años sesenta, el de influir en los grandes corporaciones mediáticas propietarias de las cadenas de televisión. Asimismo, una fuerte identidad colectiva vertebraba The Fringe Movement: “La web [TheFringeNetwork.com], en muchos de sus textos, anima a los fans a tomar consciencia del poder que pueden tener si se unen, y les anima a tener una actitud activa frente a las decisiones de la industria” (Belsunces Golçalves, 2011, p. 77).

Aunque los *ratings* de la emisión en directo en el *Friday Night Death Slot* no se incrementaron, los datos de Nielsen sobre el visionado en DVR podrían aumentar las cifras iniciales hasta en un 40-50% de media. Así, por ejemplo, un episodio que marcaba 1.7 puntos en los demográficos de 18-49 años en su primer pase en directo, mejoraba su *rating* hasta los 2.5 puntos en el mismo segmento de edad tras la inclusión de los datos de DVR de los tres días siguientes a la emisión en directo. Estos ajustes dejaban constancia del uso intensivo que los fans de *Fringe* hacían del DVR (Clarke Stuart, 2011, p. 174), un hecho que no pasó desapercibido para los directivos de FOX, que habían empezado a incluir los datos de DVR en los informes oficiales que presentaban los anunciantes. Finalmente, el 24 de marzo de 2011, Wyman tuiteó la renovación de *Fringe* por una cuarta temporada⁸¹, agradeciendo al fandom por el apoyo demostrado. El gesto se acompañó de una serie de vídeos con los actores reiterando esa gratitud⁸².

⁸¹ Disponible en <https://twitter.com/jwfringe/status/51092352592379904>. Recuperado el 10 de enero de 2015.

⁸² Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=pFJjsPP6-2M>. Recuperado el 10 de enero de 2015.

9.2.2. Segunda campaña

En noviembre de 2011, durante el hiato en la emisión de la cuarta temporada, The Fringe Movement se encontraba prácticamente disuelto después de que sus líderes hubieran disminuido su actividad en el *fandom*. Ante la clara falta de liderazgo y dirección, las fans estadounidenses aimeinchains, birdandbear y fringeship, veteranas de esa iniciativa que gozaban de reconocimiento dentro de la comunidad, y vinculadas a otros movimientos de fans, decidieron aunar fuerzas para relanzar la campaña de salvación de *Fringe* a través de Twitter (aimeinchains, 2013; birdandbear, comunicación electrónica, febrero de 2015). Así, utilizaron como plataforma el fan blog propiedad de birdandbear, Morethanoneofeverything.net⁸³, que, se convirtió en el centro de operaciones de un nuevo movimiento llamado Fringenuity: Action at a Distance⁸⁴, en cuyos eventos tuve la oportunidad de participar como fan de la serie. Tras semanas preparando la nueva estrategia para el regreso de los nuevos episodios después del hiato, previsto para el 13 de enero de 2012, la llamada a la acción para el primero de un total de 28 eventos en Twitter fue publicada el 7 de enero⁸⁵. Casualmente, tuvo lugar un día antes de que el presidente de FOX, Kevin Reilly, reconociera que la cadena perdía “mucho dinero” con *Fringe* (Adreeva, 2012), sugiriendo una vez más una posible cancelación a tenor de los bajos índices de audiencia.

A pesar de la rápida disolución del liderazgo de The Fringe Movement, los antiguos miembros que se reunieron para crear Fringenuity fueron capaces de restaurar y expandir la estructura de la primera iniciativa en unas pocas semanas gracias a su rico capital cultural y social (Fiske, 1992; Hills, 2002).

Esta combinación de conocimientos y contactos fue fundamental en el éxito logrado por Fringenuity a la hora de renovar la serie por una quinta y última tanda de episodios. Como ya he dicho, el *fandom* de *Fringe* no está solo en el uso de Twitter para apoyar y

⁸³ <http://www.morethanoneofeverything.net>. Recuperado el 15 de enero de 2015.

⁸⁴ Cuenta de Twitter: <http://twitter.com/fringenuity>. Recuperado el 15 de enero de 2015.

⁸⁵ Disponible en <http://morethanoneofeverything.net/2012/01/07/twitter-event-to-promote-fringes-return-on-011312/>. Recuperado el 15 de enero de 2015.

promocionar una serie de televisión independientemente de las audiencias que ésta genere. Sin embargo, Fringenuity presenta un caso único coloca a *Fringe* en una posición pionera con respecto a otros *fandoms*, en general, y de otras experiencias de activismo ‘Save Our Show’, en particular.

En primer lugar, la comprensión estratégica que Fringenuity tenía de las propiedades de Twitter y del sistema de medición de audiencias de Nielsen se tradujo en dos acciones vinculadas hasta ese momento inéditas en un *fandom* localizado en Twitter: la producción de etiquetas no relacionadas directamente con el título de la serie y la difusión de instrucciones detalladas⁸⁶ para conseguir que esas etiquetas fueran *trending topic* durante la emisión de *Fringe*⁸⁷. De hecho, el éxito del plan de Fringenuity pronto se extendió a otras comunidades congregadas alrededor de series en peligro de cancelación como, por ejemplo, la *sitcom* *Community* (NBC, 2009-2015), cuyo *fandom* lanzó la campaña #SixSeasonsAndaMovie durante la tercera temporada basándose en el modelo de etiquetas⁸⁸ únicas desarrollado por Fringenuity⁸⁹. En segundo lugar, la actitud diplomática de los miembros de Fringenuity, y la participación de la misma FOX en los eventos de Twitter para aupar a *Fringe* a los primeros puestos de los *trending topics*, son indicativos de un cambio en las relaciones entre los fans activistas y los productores en el contexto de las ‘Save Our Show Campaigns’, históricamente marcadas por una tensión constante entre ambas partes mientras que, en este caso, se imponen la cooperación y el reconocimiento mutuo.

⁸⁶ “We learned about hashtags and what makes them trend. We learned that #Fringe, or #SaveFringe would never trend because of their constant usage, and that topics trend when they spring up suddenly and are used by a lot of different people, whereas a few people tweeting a hashtag over and over can't make it trend no matter their level of enthusiasm. We needed a spike in usage if we wanted a shot at trending” (birdandbear, comunicación electrónica, febrero de 2015).

⁸⁷ Disponible en <http://morethanoneofeverything.net/2012/03/26/twitter-event-nothing-as-it-seems-033012/>. Recuperado el 10 de enero de 2014.

⁸⁸ Disponible en http://www.reddit.com/r/community/comments/11qlfq/darkest401_rallying_cry_final_reminder_of_detail_s/. Recuperado el 15 de enero de 2014.

⁸⁹ Aunque la NBC acabó cancelando la serie en mayo de 2014 (después de dos renovaciones consecutivas), el servicio de *streaming* bajo demanda Yahoo! Screen aseguró la producción de la ansiada sexta temporada, cuyos episodios empezaron a emitirse en la primavera de 2015. Además, el responsable de la serie, Dan Harmon, ha anunciado la producción de una película.

9.3. El sistema transmedia de *Fringe*

Tras este recorrido por el argumento, personajes y las circunstancias que rodearon la emisión de *Fringe* en FOX, llegamos al momento de describir el sistema transmedia al que se unirán las obras de *fan fiction* que estudiaremos en el próximo capítulo.

- Cinco temporadas de la serie de televisión en FOX: cien episodios emitidos entre el 22 de septiembre de 2008 hasta el 18 de enero de 2013.
- Una novela gráfica para móviles (2010)⁹⁰: cinco capítulos de dos minutos cada uno que desarrollan la historia de Bobby y Sarah, dos personajes puntuales relacionados con la trama del décimo episodio de la tercera temporada (“The Firefly”).
- Un vídeo-*recap* A video recap (2010)⁹¹: un vídeo de dos minutos y medio en el que se resumen las dos primeras temporadas de *Fringe*.
- Una página web oficial en la red de FOX que contenía los episodios de la serie en *streaming*, recaps de los episodios en formato texto, entrevistas, clips, tráilers y otros vídeo promocionales, así como fotogalerías y material gráfico descargable.
- Tres series de cómics:
 - *Fringe* (2008): seis números en los que los tres primeros sirven de precuelas a toda la serie, y los tres últimos ofrecen nueva información acerca de algunos elementos diegéticos relevantes para el argumento.
 - *Tales from the Fringe* (2010): seis números en los que los tres primeros profundizan en las vidas actuales de los personajes protagonistas, a menudo anticipando hechos que se desarrollarían en la tercera temporada de la series, mientras que los tres últimos exploran temas recurrentes en la narrativa.

⁹⁰ Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=Hpx4ES3rn18>. Recuperado el 18 de diciembre de 2013.

⁹¹ Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=dLy5f7E6L98>. Recuperado el 18 de diciembre de 2013.

- *Beyond the Fringe* (2011): doce números divididos en dos partes. La primera está vinculada a la trama de la serie después del final de la tercera temporada. La segunda parte está dedicada a escenarios ‘what if’ en los que se alteran algunos acontecimientos o hechos importantes.

- Tres mini juegos de realidad alternativa (ARGs):
 - *Search for the Pattern* (2008): precuela de la primera temporada.
 - *Imagine the Impossibilities* (2008): precuela de la primera temporada.
 - *There is More* (2009): ambientado durante la primera temporada.
 - *Reward Wire* (2012): precuela de la quinta temporada.

- Una web ficticia: *Massive Dynamic* (2009)⁹², el sitio ‘oficial’ de la corporación científica que aparece en la serie.

- Artefactos diegéticos en la vida real:
 - *The Observer*: September el Observador, uno de los personajes más reconocibles de *Fringe*, solía aparecer entre la multitud en eventos deportivos o en programas de la FOX (un partido de la NFL entre los NY Giants y los Philadelphia Eagles, una carrera de la NASCAR y un episodio del *talent show American Idol*).
 - LP ‘*Seven Suns*’ de la banda *Violet Sedan Chair*: durante la tercera temporada, la banda (ficticia) favorita de Walter, Violet Sedan Chair (cuyo teclista Roscoe Joyce aparece en el episodio “The Firefly” y está vinculado al personajes de Bobby mencionado más arriba), repartió varias copias en vinilo de su álbum ‘Seven Suns’ por tiendas de discos selectas de los Estados Unidos. El LP contenía pistas para descifrar los misterios de la serie.

- Precuelas en formato novela de bolsillo escritas por Christa Faust (2013):
 - *The Zodiac Paradox*: ambientada en 1974, la novela cuenta el descubrimiento del Cortexiphan por parte de Walter Bishop y William Bell. Como ya apuntamos

⁹² Disponible en <http://www.massivedynamic.com>. Recuperado el 18 de diciembre de 2013.

más arriba, esta sustancia es la responsable de activar la habilidad de Olivia Dunham de viajar entre universos.

- *The Burning Man*: centrado en una Olivia Dunham adolescente en 1995, el libro recoge el trauma de los experimentos de Cortexiphan que Bishop y Bell efectuaron en Olivia cuando esta era una niña.
- *Sins of the Father*: la novela detalla los arriesgados negocios de estafa que el hijo díscolo de Walter, Peter, estaba llevando a cabo en 2008, justo antes del inicio de la serie de televisión.
- *September's Notebook* de Tara Bennet and Paul Terry (2013): una exhaustiva guía en tapa dura narrada por September el Observador que incluye todos los acontecimientos ocurridos en la serie, perfiles de los personajes en profundidad, e información e imágenes inéditas de los misterios que forman parte de la mitología de *Fringe*, como El Patrón, La Máquina y los glifos. En resumen, este paratexto constituye una guía oficial del universo narrativo de *Fringe*.

FRINGE								
TV	Novelas	Cómics	Videojuegos	Web	Móvil	ARG	Guías oficiales	Otros
	The Zodiac Paradox (2013)					Search for the Pattern (2008)		
	The Burning Man (2013)					Imagine the Impossibilities (2008)		
	Sins of The Father (2013)							
Temporada 1 (2008-09)		Fringe (2008)		Massive Dynamics		There Is More (2009)		
Temporada 2 (2009-10)		Tales from the Fringe (2010)						Apariciones de September El Observador en eventos deportivos

Temporada 3 (2010-11)		Beyond the Fringe (2011)			Vídeo-cómic basado en el episodio 'The Firefly' (3.10)			LP <i>Seven Suns</i> , de Violet Sedan Chair (banda ficticia)
						Reward Wire (2012)		
Temporada 4 (2011-12)								
Temporada 5 (2012-13)							September's Notebook (2013)	

Tabla 5. Cronología del mundo narrativo transmedia de 'Fringe'. Elaboración propia

9.3. Cómo el *fandom* redefine las estrategias narrativas transmedia

Después de haber revisado el mundo narrativo transmedia de *Fringe*, empecemos con el análisis textual de su *fan fiction* derivado. Como ya hemos explicado en el Capítulo 6, centrado en la explicación metodológica de la presente tesis, si la Semiótica y la Narratología son herramientas fiables para comprender el funcionamiento de los universos ficcionales transmedia, es hora de comenzar a aplicarlas al estudio de los CTGU en ficción o *fanworks*. Recordemos brevemente que la tabla que nos sirve como modelo de análisis (ver Anexo I) combina una base teórica compuesta de aportaciones de la narratología (Genette, 1989; Chatman, 1990; Bal, 1987; Dolezel, 1999), la semiótica narrativa (Greimas y Courtés, 1982) e interpretativa (Eco, 1981; 1992), por un lado, y de aportaciones de los Fan Studies (Jenkins, 1992a; Hellekson y Busse, 2006; Rubio-Hernández y López Rodríguez, 2012), por otro. Asimismo, la tabla está compuesta de ocho partes: identificación general del *fanwork* (título, tipo *-fan fic*, *recap*, *machinima*, etc.); área del mundo narrativo donde se enmarca el *fanwork*; formato transmedia, personajes, programas narrativos del *fanwork* comparados con la fuente; fidelidad, hibridación y sustitución de género entre el *fanwork* y la fuente; densidad, complejidad y relevancia de temas; y estrategias transmedia. De todos estos aspectos, y como ya anunciamos en el mismo capítulo de metodología, en este bloque de la tesis profundizaremos en las estrategias narrativas transmedia, el área del mundo

narrativo (presente capítulo), y los formatos transmedia (Capítulo 10). El bloque se cerrará con estudio de las cualidades compresivas del *fan fiction* (Capítulo 11). Se realizarán referencias al resto de aspectos de la tabla cuando apliquemos el modelo a algunas de las 94 piezas de *fan fiction* basado en *Fringe*, y de las 10 páginas de Facebook de personaje de *La Vaca de Fringe*⁹³ (ver Anexo II) que componen el corpus de análisis de esta parte de la investigación.

9.3.1. Expansiones dimensionales y conversiones

En su obra *Textual Poachers*, Jenkins (1992a) ya elabora una primera y útil lista de las diferentes operaciones textuales a través de las que los fans reescriben una serie de televisión (ver Tabla 6), y que son reflejo de las “estrategias características de interpretación, apropiación y reconstrucción” puestas en marcha en el seno de las comunidades (p. 165).

Recontextualización	Presentar las historias como “viñetas breves” o “escenas perdidas” para “rellenar los huecos del material emitido en televisión y así poder explicar el comportamiento exhibido por los personajes en televisión, normalmente basándose en “acciones y discusiones hipotéticas” que han tenido lugar fuera de cámara y que puedan haber motivado la conducta mostrada por los personajes (p. 165).
Expansión de la cronología	Expandir del marco temporal de la serie añadiendo historias pasadas o futuras que enriquezcan las acciones que muestran los personajes en la serie (p. 166).
Refocalización	En lugar de centrarse en los personajes protagonistas, algunos fans prefieren centrar sus esfuerzos en destacar a los personajes secundarios, sobre todo, mujeres y minorías que cuenta con menos tiempo en pantalla en comparación a otros miembros de la ficción (p. 169).
Realineación moral	Considerada “la forma más extrema de refocalización”, la realineación moral consiste en ascender a los villanos al lugar de los protagonistas, conservando a menudo su maldad original, aunque pueden “invertir o cuestionar el universo moral del texto primario” (p. 171).
Cambio de género	Adaptar la serie a una tradición genérica diferente, por ejemplo, de la ciencia ficción al romance, con el objetivo de definir las relaciones de los personajes (p. 173).
Crossover	Mezclar los personajes y tramas de textos diferentes, dando lugar a un cambio de género en el proceso (p. 174).
Dislocación de personaje	Retirar los personajes de sus contextos originales, cambiando sus nombres e identidades en lo que se considera “una manipulación radical de las fronteras genéricas” (p. 175).
Personalización	Incluir el propio alter ego ficcional en la historia derivada (estos personajes normalmente reciben la denominación de <i>Mary Sue</i> , en el caso de las mujeres, y de <i>Gary Stu</i> , para los hombres, y su uso es muy criticado entre los fans), o situar

⁹³ Disponible en <http://lavacadefringe.wordpress.com/category/facebook/page/2/>. Recuperado el 18 de diciembre de 2013.

	a los personajes de la serie en escenario de la vida real (p. 176).
Intensificación emocional	Enfatizar una “crisis narrativa” en la que los personajes (sobre todo, los que representan el arquetipo del héroe varonil) son sometidos a situaciones de alto estrés emocional y vulnerabilidad que acaban derivando en una catarsis (1992: 178).
Erotización	Explorar “la dimensión erótica de la vida de los personajes” haciendo explícitas las subtramas sexuales que solo aparecen sugeridas en el texto primario, pero también materializando el “deseo homosocial” (normalmente, a través de historias <i>slash</i>) (p. 180).

Tabla 6. “Diez formas de reescribir un programa de televisión”. Adaptado de Jenkins (1992a, pp.165-182).

Como veremos en este capítulo, estos procedimientos imbricados en la práctica del *fan fiction* se pueden trasladar al ámbito de las estrategias narrativas transmedia. Desde la semiótica narrativa, Scolari (2013a) ya ha abordado el problema de estas estrategias tomando como eje las operaciones retóricas clásicas (ver Tabla 7). Por ejemplo, podríamos decir que *Fringe seasons 1-3 recap (fanmade)* es una omisión que la fan Megatrix96 ha realizado en las tres primeras temporadas del texto base, la serie de televisión, mientras que una precuela oficial como la novela *The Zodiac Paradox* es un ejemplo de adición al texto primario.

Adición	Operación basada en la expansión de los elementos de un texto.
Omisión	Operación en la que se sustraen elementos de un texto.
Transposición	Operación en la que se produce un cambio en el orden de los elementos que componen un texto.
Permutación	Operación en la que en la que se sustituyen algunos elementos dentro de un texto.

Tabla 7. Estrategias transmedia basadas en operaciones retóricas clásicas. Adaptado de Scolari (2013a).

A primera vista, podemos considerar *Synaptic*, el *fanfic* escrito por Lullebel, como una adición si nos atenemos a este enfoque retórico. Sin embargo, si miramos las entrañas de este *fic*, pronto caemos en la cuenta de que el asunto es un poco más complejo de lo que parecía a primera vista. Formalmente se trata de una adición a la narrativa ya que desde una perspectiva temporal, Lullebel sitúa la trama del *fic* después del final de la segunda temporada de la serie que se cierra con una Olivia Dunham atrapada en el universo alternativo mientras que su *doppelganger*, Fauxlivia, usurpa su identidad en ‘nuestra’ realidad. El *fic* expande la cronología de la serie, aunque los acontecimientos del *fic* no terminan de alinearse con el canon del mundo narrativo oficial. Cuando se

estrenó la tercera temporada de *Fringe*, la muerte de la agente Dunham mostrada en *Synaptic* ya contradecía los acontecimientos del texto base: Olivia sobrevive a su cautiverio en la dimensión paralela. Esta aparente paradoja narrativa obliga a recurrir al primer grupo de estrategias propuesto por Scolari (*expansión, compresión y parodia*) basadas en la manipulación de los elementos narrativos básicos de tiempo, espacio y personajes (2013a, p. 15) para encontrar algunas respuestas. Basándome en este modelo que, a su vez, se sustenta en las estructuras discursivas de Greimas (*temporalización, espacialización y actorialización*) (1982), presento la siguiente propuesta (ver Tabla 8) en la que: a) recupero el concepto greimasiano de *actor*⁹⁴ en lugar de personaje; b) amplió la explicación de las estrategias; c) incorporo la distinción entre hipotexto e hipertexto de Genette (1989) para asegurar una mayor precisión en el análisis textual que la que aportan los términos ‘texto fuente/base’ y ‘texto derivado’; y d) sustituyo la estrategia de parodia por *conversión* porque no todos los *fanfics* (o los *fanworks* por extensión) son piezas paródicas después de aplicárseles una operación permutativa, o si seguimos la lista de Jenkins, ser objetos de un cambio de género, un *crossover*, una dislocación de personaje, una intensificación emocional o una erotización. La parodia, por tanto, es una consecuencia de la estrategia, no la estrategia en sí misma.

Expansión	Temporal	Estrategia por la que se efectúa la extensión de la cronología de un hipotexto añadiendo hechos del pasado, presente o futuro.
	Espacial	Estrategia en la que se incrementan los espacios o lugares donde se desarrolla un hipotexto.
	Actorial	Estrategia en la que se produce la expansión de los programas narrativos de los actores actuales, la introducción de nuevos actores (lo que implica más programas narrativos), o un aumento de la relevancia de los programas narrativos de los personajes secundarios.
Compresión	Temporal	Estrategia por la que produce una contracción de la cronología, o una reorganización alternativa de los acontecimientos presentados por un hipotexto.
	Espacial	Estrategia basada en el descenso del número de espacios o lugares en los que se desarrolla un hipotexto.
	Actorial	Estrategia por la que se produce un descenso en el número de actores que aparecen en un hipotexto, o un descenso en su relevancia narrativa.
Conversión	Temporal	Estrategia basada en la transformación o mezcla de la cronología

⁹⁴ “Historically the term actor has gradually replaced character (and dramatis persona), indicating thereby a greater desire for precision and generalization (...) the actor is a lexical unit, nominal in type, which, once incorporated into the discourse, may receive, at the moment of its manifestation, investments of surface narrative syntax and discursive semantics. Its semantic content proper seems to consist essentially in the presence of the seme of individuation, which gives it the appearance of an autonomous figure in the semiotic universe. An actor may be individual (for example, Peter), or collective (for example, a crowd), figurative (anthropomorphic or zoomorphic), or non-figurative (for example, fate)” (Greimas and Courtés 1982, p. 7).

		dentro de un hipotexto (o varios) a fin de crear un hipertexto que pueda ser asociado a una tradición genérica distinta a la del material original.
	Espacial	Estrategia en la que se produce una alteración o mezcla de los lugares dentro de un hipotexto (o varios), de manera que el hipertexto resultante no pueda ser asociado a la misma tradición genérica que la del material original.
	Actorial	Estrategia basada en la transformación o mezcla de los programas narrativos de los actores dentro de un hipotexto (o varios) con el fin de obtener un hipertexto que pueda ser asociado a una tradición genérica distinta a la del material original.

Tabla 8. Estrategias transmedia basadas en la expansión, compresión y conversión de las estructuras discursivas (tiempo, espacio y actores). Elaboración propia.

Dado que la conversión siempre implica una ruptura o cambio en el género original, que la empataría con las *reescrituras por desplazamiento* de Dolezel (1999) (ver Capítulo 8 del Bloque IV), *Synaptic* no podría adscribirse a esta categoría ya que este *fanfic* sigue perteneciendo al género de ciencia ficción como la serie televisiva, el hipotexto del que se deriva. Es más, la propuesta narrativa de Lullebel continúa adherida al mundo ficcional de *Fringe* y expande su cronología. Sin embargo, como hemos visto, el *fic* altera el destino de un personaje principal, acabando con la vida de nada más y nada menos que de la agente Olivia Dunham. ¿Se trata entonces una instancia de conversión? La respuesta es sí y no. De hecho, podemos avistar una estrategia híbrida desarrollada en el *fandom*. Por un lado, hay una conversión actuarial que no afecta al género del hipertexto resultante y, por otro, se da una expansión temporal. Los CTGU como *Synaptic* son un ejemplo nítido de lo que denomino expansión dimensional (conversión + expansión): una estrategia narrativa transmedia híbrida basada en la alteración o mezcla moderada de alguno de los elementos (tiempo, espacio y actores) que constituyen el mundo diegético de un hipotexto (o varios), o de los acontecimientos que suceden en él, pero en la que al mismo tiempo se expande la cronología del hipotexto manteniendo una diégesis y género reconocibles. Como ya se pudo apreciar en el *shipping vid Jessica & Alex Fan vid 'Cruel Intention'* analizado en el Capítulo 8, este tipo de estrategia implica un equilibrio entre el canon y las interpretaciones alternativas. En suma, se puede decir que las expansiones dimensionales llevan a la creación de *fics* o otros *fanworks* ambientados en *universos alternativos contextualizados* (ver sección 11.2 dentro de este mismo capítulo), o *crossovers* que aúnan las diégesis de dos o más hipotextos diferentes alineándose con el género original de, al menos, uno de los mundos diegéticos que forman parte de la mezcla.

9.3.2. Genette ‘fandomizado’

Por el momento, el análisis textual del *fan fiction* nos ha permitido aumentar el grupo de estrategias narrativas transmedia añadiendo una posibilidad híbrida, pero todavía hay espacio para identificar formas en las que la narrativa transmedia, en general, y los CTGU, en particular, pueden llegar a manifestarse. En este sentido, el conjunto de prácticas hipertextuales identificadas por Genette (1989) en su estudio de las transformaciones literarias son una referencia indispensable. Aunque pensadas para un entorno monomedia, muchas de las categorías del narratólogo francés (ver Tabla 9) pueden ser aplicadas a relaciones hipertextuales y transmedia como las que se dan entre *Fringe*, sus extensiones oficiales y los *fanworks* derivados de la franquicia. Sin embargo, esto no significa que estas categorías sean definitivas y no admitan ningún tipo de revisión, síntesis o desarrollos ulteriores cuando se comparan con otras perspectivas teóricas acerca de la misma materia (ver Tabla 10). Por ejemplo, convendría extender el concepto de transmodalización (una de las transposiciones formales) a operaciones que vayan más allá de los cambios entre el modo narrativo y el dramático para incluir cualquier tipo de transformación que implique un cambio de medio, lenguaje y plataforma (como puede ser el caso de las adaptaciones de un medio a otro). Cualquier hipertexto transmedia derivado de un hipotexto anterior es, por defecto, producto de una transmodalización.

Con respecto a las transformaciones e imitaciones no serias (es decir, que trivializan el hipotexto), es necesario considerar el comentario de Fernández Bueno (2002, p. 56) a la obra del narratólogo francés en el que el travestimiento ha pasado a considerarse en la actualidad sinónimo de parodia, cuya función o régimen original, siguiendo a Genette (1989), es lúdica, “de puro divertimento o ejercicio ameno, sin intención agresiva o burlona” (p. 40). Fernández Bueno también extrapola este cambio a la caricatura, que, si bien, se trata de una imitación de estilo con finalidad satírica o burlesca tiende a igualarse con las transformaciones por parodia o travestimiento, formando en la práctica un conjunto unificado de operaciones hipertextuales de naturaleza humorística donde la referencia al hipotexto del que parten siempre es clara. En este punto el *pastiche*, catalogado como una imitación de estilo con finalidad lúdica (diferenciada, por tanto, de

la caricatura) y dependiente del hipotexto, puede, según el mismo Genette (1989, p. 150), servir como vehículo para la transformación estilística seria o no trivializante (*transestilización*)⁹⁵. Por ejemplo, cuando se imitan los rasgos estilísticos de un hipotexto (o múltiples hipotextos) reconocible por el receptor para, a su vez, transformar el estilo de otro hipotexto. Como veremos, los pastiches transestilísticos son muy comunes en el ámbito del *crossover* (ver Capítulo 10).

IMITACIÓN			
Pastiche (imitación lúdica)	“Imitación de un estilo sin función satírica” (p. 38)		
Caricatura (imitación satírica)	“Imitación estilística con función crítica o ridiculizadora” (p. 31)		
Continuación (imitación seria)	“Cuando una obra queda inacabada por muerte de su autor o por cualquier otra causa de abandono definitivo, la continuación consiste en terminarla en su lugar, y eso sólo puede hacerlo alguien que no es el autor” (p. 201)		
TRANSFORMACIÓN			
Parodia (transformación lúdica)	“Desviación” (p. 37-39) de un hipotexto por medio de una transformación de carácter semántico, manteniendo el estilo del hipotexto.		
Travestimiento (transformación satírica)	Transformación estilística de un hipotexto “con función degradante” (p. 37).		
Transposición (transformación seria)	De carácter formal	Transposición cualitativa	Transformación que afecta a las características más externas de un hipotexto como el idioma (<i>traducción</i>), prosa o verso (<i>prosificación/versificación</i>), tipo de metro poético (<i>transmetrificación</i>), estilo de escritura (<i>transestilización</i>), modo narrativo o dramático (<i>transmodalización</i>).

⁹⁵ “La actitud lúdica manifiesta de la parodia o del pastiche, por ejemplo, contamina las prácticas en principio menos puramente lúdicas del travestimiento, de la imitación satírica, de la imitación seria, de la transposición y esta contaminación constituye una buena parte de su valor” (Genette, p. 496).

		Transposición cuantitativa (<i>translongación</i>)	Transformación en la longitud de un hipotexto se obtiene por medio de dos operaciones principales de carácter opuesto: <i>reducción</i> ⁹⁶ y <i>aumento</i> ⁹⁷ . Al mismo tiempo, es necesario recalcar que no hay modo de cambiar la extensión de un hipotexto sin alterar su esencia (p. 291).
De carácter semántico o temático		Transposición diegética (<i>transdiegetización</i>)	Transformación que afecta a la diégesis -“el universo en el que ocurre la historia” (p. 376)- presentada en un hipotexto. Por tanto, pueden cambiar elementos de la misma como el marco espacio-temporal, la nacionalidad de los personajes, su sexo u origen sociocultural. Al mismo tiempo, estas conversiones diegéticas pueden implicar cambios en la acción desarrollada en el hipotexto (p. 378).
		Transposición pragmática	Transformación que altera el curso de los acontecimientos y la acción de una historia original. Se trata de una “consecuencia inevitable de la transposición diegética”, por lo que “su autonomía es mucho más reducida” que la de la de transdiegetización (p. 396).
		Transmotivación	Transformación que consiste en la sustitución de un motivo, ya sea añadiendo uno nuevo previamente inexistente en el hipotexto (<i>motivación</i>), o eliminando uno ya existente (<i>desmotivación</i>).
		Transvalorización	Transformación de “orden axiológico que afecta al valor explícita o implícitamente atribuido a una acción o a un conjunto de acciones (...) la serie de acciones, de actitudes y de sentimientos que caracteriza a un ‘personaje’” (p. 432). Esto se puede realizar a través de dos operaciones: <i>revalorización</i> -hacer que un personaje sea más ‘simpático’ en el sistema de valores del hipertexto que en el del hipotexto, o simplemente aumentando su relevancia narrativa – y <i>desvalorización</i> – la operación contraria.
		Suplemento	“Transposición bajo forma de continuación” (p. 470).

Tabla 9. Operaciones hipertextuales. Extracto adaptado de Genette (1989).

⁹⁶ Entre las transposiciones formales cuantitativas, Genette (1989) distingue tres operaciones diferentes: escisión (concretada al mismo tiempo como *amputación*, *escisión múltiple*, *autoescisión*, *expurgación* y *autoexpurgación*), *conciación* y *condensación* (concretada como *resumen*, *digest* y *pseudo-resumen*).

⁹⁷ Entre las transposiciones formales cuantitativas, Genette (1989) distingue tres operaciones diferentes: *extensión*, *expansión* y *amplificación*.

Dado que el propósito de este trabajo no es realizar un estudio pormenorizado de las categorías de Genette, ya que su uso en esta investigación es puramente metodológico, me gustaría prestar atención al *suplemento*, *transposición diegética*, *parodia* y *travestimiento*, *transmotivación* y *transvalorización* para descubrir trazos de estas categorías en un buen número de contenidos *bottom-up*. En primer lugar, el suplemento es una operación muy común en el terreno del *fan fiction*: por ejemplo, *Synaptic* fue escrito al calor del desenlace de un episodio de *Fringe* y resuelve el *cliffhanger* del mismo. O un *fancomic* que desarrolla la siguiente entrega de una historia durante un hiato en la producción del hipotexto. Siguiendo a Genette, cualquiera de estos hipertextos fan podrían conformar ejemplos de *continuación*⁹⁸, pero aun en el supuesto de que fueran fieles al canon del hipotexto⁹⁹, ya sea porque conservan los rasgos fundamentales de los personajes o la atmósfera original, al final reflejan transposiciones pragmáticas, o incluso diegéticas porque el hipotexto sigue su propio curso, o el fan ha cambiado deliberadamente algunos hechos clave. El suplemento, por tanto, refleja la estrategia de expansión dimensional descrita más arriba.

En segundo lugar, Genette ofrece una amplia definición de las transposiciones diegéticas que podrían implicar operaciones de conversión temporal, espacial o actorial (*transposiciones heterodiegéticas*) o no (en este caso, *transposiciones homodiegéticas* que respetan las coordenadas diegéticas del hipotexto y aplican los cambios sólo a aspectos formales), pero no hay un comentario específico en cuanto a cómo inciden en el género de los hipertextos. Por ejemplo, *The Charming Man*, de *spy_barbie*¹⁰⁰, presenta una relación sexual explícita entre Peter Bishop y el Lincoln Lee Alternativo que se encuentran en un bar después de un día de arduo trabajo en la División Fringe. El mundo diegético de este *slash fic* a modo de *one shot* (historia autoconclusiva) se

⁹⁸ Genette diferencia entre los conceptos de de continuación y secuela basándose en dos aspectos principales. En primer lugar, en la autoría de la obra, a partir de las consideraciones de D'Alambert en su *Dictionnaire des synonymes*: "Se hace la continuación de la obra de otro y la prolongación de la propia" (1989, p. 201). En segundo lugar, en la razón por la cual se escribe la obra: "Cuando una obra queda inacabada por muerte de su autor o por cualquier otra causa de abandono definitivo, la continuación consiste en terminarla en su lugar, y eso sólo puede hacerlo alguien que no es el autor. La *prolongación* cumple una función muy otra, que consiste en general en explotar el éxito de una obra, a menudo considerada en su tiempo como acabada, haciéndola resurgir con nuevas peripecias" (1989, p. 201-202).

⁹⁹ Tal y como indican Busse y Hellekson (2006), los fans valoran la habilidad de los fans escritores en capturar la esencia del objeto de *fandom* y transmitirla en su trabajo.

¹⁰⁰ Disponible en http://archiveofourown.org/works/214773?view_adult=true. Recuperado el 21 de diciembre de 2013.

corresponde esencialmente con el canon (se continua la cronología del hipotexto y el mundo diegético es el mismo), pero la escritora introduce un cambio en los motivos (una atracción homosexual) de los actores, es decir, se lleva a cabo una conversión actuarial que afecta a los programas narrativos y los roles de los actantes (el sujeto Peter desea al objeto Lincoln, y viceversa) y que, a la vez, activa un desplazamiento en la jerarquía temática de la diégesis, degradando un tema canónico, como es el universo alternativo, y promocionando un nuevo tema, el deseo por el mismo sexo. Así, se produce una sustitución del género original del hipotexto, la ciencia ficción, por el género erótico del hipertexto propuesto en el *fic*. La conversión actuarial en este ejemplo da lugar a lo que Jenkins entiende por erotización. A la vista del caso de *This Charming Man*, debemos subrayar que la cuestión del género en el trabajo de Genette se enmarca desde el principio en una clara distinción entre textos serios y no serios, que se deriva de la poética aristotélica¹⁰¹. Por tanto, las únicas transformaciones genéricas reconocidas en el modelo del narratólogo, parodia y travestimiento, están relacionadas con géneros no serios, y tal y como hemos apuntado, las diferencias semánticas entre ambas son muy difusas.

En tercer lugar, y sin abandonar el ejemplo de *This Charming Man*, la transmotivación (motivación y desmotivación), aparece implícita en operaciones de conversión actuarial, de modo que cualquier permutación en los programas narrativos puede alterar los motivos del actor para realizar una acción específica. Finalmente, la transvalorización (revalorización y desvalorización) se encuentra detrás de ejemplos de expansión y compresión actoriales como *fan fics* en clave de *spin-off* (p. ej.: *The Things I See Before Me* de crazylittleelf¹⁰², centrado en los pensamientos de Astrid Farnsworth Alternativa), o vídeo-*recaps* dedicados solo al arco romántico de ‘Polivia’ (Peter y Olivia) (p. ej.: *Peter & Olivia – The Kisses [Up to Season 3]* de AngelMoonGirl¹⁰³).

¹⁰¹ “Aristóteles, que define la poesía como una representación en verso de acciones humanas, opone inmediatamente dos tipos de acciones, que se distinguen por su nivel de dignidad moral y/o social: alta y baja, y dos modos de representación, narrativo y dramático. La combinación de estas dos oposiciones determina un cuadro de cuatro términos que constituye, propiamente hablando, el sistema aristotélico de los géneros poéticos: acción alta en modo dramático, la tragedia; acción alta en modo narrativo, la epopeya; acción baja en modo dramático, la comedia; en cuanto a la acción baja en modo narrativo, sólo se ilustra por referencia alusiva a obras más o menos directamente designadas bajo el término de *parodia*” (Genette, 1989, p. 20).

¹⁰² Disponible en <http://archiveofourown.org/works/101943>. Recuperado el 21 de diciembre de 2013.

¹⁰³ Disponible en <http://www.youtube.com/watch?v=yiwVi4ggjYo>. Recuperado el 21 de diciembre de 2013.

		Guerrero (2015)	Genette (1989)	Jenkins (1992)	Scolari (2013)
Estrategias transmedia	Expansión	Temporal	Aumento, continuación	Recontextualización, expandir la cronología	Adición
		Espacial	Aumento		
		Actorial	Revalorización, aumento	Refocalización, realineación moral, personalización	
	Compresión	Temporal	Reducción		Omisión, transposición
		Espacial			
		Actorial	Desvalorización, reducción		
	Conversión	Temporal	Transposición diegética, parodia, travestimiento	Cambio de género, <i>crossover</i> , intensificación emocional, erotización	Permutación
		Espacial			
		Actorial	Motivación, desmotivación, transposición diegética	Dislocación de personaje	
	Expansión dimensional	Expansión dimensional	Suplemento	<i>Crossover</i> , expandir la cronología	

Tabla 10. Estrategias narrativas transmedia. Tabla de correspondencias. Elaboración propia.

9.4. Canon y *fanon*: áreas de un mundo narrativo

Teniendo en cuenta el origen de los contenidos transmedia vistos en el Capítulo 3 del Segundo bloque, nos resultará más sencillo reconocer el área del mundo narrativo de *Fringe* que un fan puede elegir como punto de referencia para sus creaciones. Los contenidos *top-down* se corresponden con el canon, el universo narrativo oficial formado por la serie de televisión y sus extensiones transmedia. Un fan puede decidir ambientar su trabajo en este contexto, sin introducir ningún elemento que contradiga los acontecimientos, lugares y caracterizaciones canónicas. Así que los contenidos *bottom-up* pueden alinearse con el canon reflejado en el hipotexto, pero todavía hay más. Apoyándose en el canon, un fan puede optar por crear su propio mundo posible (Eco, 1981; Dolezel, 1999), escenario ‘what if’, o *universo alternativo* (AU, “alternate universe”), de *Fringe*, a través de la expansión dimensional o la conversión del mundo narrativo y personajes. Vayamos más allá. En lugar de tomar el canon como referencia, un fan podría tomar la versión AU de otro fan y considerarla como punto de partida,

olvidando el canon. Este es el caso del trabajo de las fans Chichuri y crazylittleelf. Chichuri creó un fan fiction de universo alternativo de siete partes titulado *Choke Chain 'verse'*¹⁰⁴ en el que Olivia, Peter y Nick Lane (personaje recurrente en el canon, vinculado a la infancia de Olivia y a los experimentos del Cortexiphan) trabajan como soldados para la ZFT (la organización terrorista responsable de los eventos derivados de El Patrón durante la primera temporada de la serie), que los reclutó siendo niños. Crazylittleelf expandió y enriqueció el AU de Chichuri con *Ways and Means*¹⁰⁵, una colección de 29 fanfics situados en el Choke Chain 'verse. Por tanto, podría decirse que las versiones AU producen relaciones hipertextuales que, en conjunto, forman un *universo compartido* ("shared universe"). Los universos compartidos se componen de textos *bottom-to-bottom*, y ofrecen el mejor ejemplo para observar cómo evoluciona el *fanon*. Busse y Hellekson (2009, p. 9) definen el *fanon* como "los eventos creados por la comunidad de fans dentro de un *fandom* particular y que se repiten de forma ubicua en el *fantext*. El *fanon* genera con frecuencia detalles o lecturas especiales de personajes aunque no estén totalmente refrendadas por el canon". En consecuencia, podemos afirmar que el *fanon* nace en AUs particulares y se propaga gracias a los universos compartidos.

Para tratar el origen del *fanon* y los universos compartidos de la forma más detallada posible, propongo diferenciar entre *universos alternativos contextualizados* (CAU, *contextualised alternate universe*) y *universos alternativos puros* (PAU, *pure alternate universe*). Los CAUs establecen posibilidades narrativas divergentes que se originan en un punto concreto del canon, pero sin romper con el mundo diegético original; por ejemplo, un vídeo que propone un final alternativo para un episodio, o un *fanfic* que descarta un hecho crucial en el canon, como la muerte de un personaje protagonista. En este caso, los CAUs están íntimamente ligados al uso de estrategias de expansión dimensional. Los PAUs, por su parte, operan de forma totalmente opuesta, situando a los personajes con su caracterización canónica básica en escenarios diegéticos que nada tienen que ver con el original, en un movimiento similar a lo que Jenkins (1992) denomina dislocación de personaje. Aunque esté lejos de ser un *fanwork*, el décimo noveno episodio de la segunda temporada de *Fringe*, "Brown Betty", podría

¹⁰⁴ Disponible en <http://archiveofourown.org/series/851>. Recuperado el 21 de diciembre de 2013.

¹⁰⁵ Disponible en <http://archiveofourown.org/series/617>. Recuperado el 21 de diciembre de 2013.

considerarse, por su estética *steampunk* y guión de musical, un PAU alegórico de la búsqueda que emprenden Walter y Olivia para encontrar a Peter, que había huido en el episodio anterior después de descubrir que Walter lo había secuestrado en el universo paralelo cuando tenía solo ocho años. La aplicación de estrategias de conversión es subyacente a muchos *fics* basados en PAUs. No obstante, la muestra de *fics* de *Fringe* utilizada en esta tesis no ha permitido localizar PAUs dentro de este mundo ficcional, con un claro predominio de los CAUs y los *fics* canónicos (ver Capítulo 10).

Sumario

En este capítulo hemos contestado a la pregunta de investigación: “¿Cómo operan las estrategias narrativas transmedia en los *fanworks*?”. Consciente de que mi palabra no será en el tema que nos ocupa, ni que las taxonomías que he presentado son irrefutables, he tratado de ordenar operaciones que aplicadas a los CTGU basándome en categorías forjadas en los *media fandoms* durante décadas de reapropiación de textos mediáticos y en los aportes teóricos de la semiótica narrativa y la narratología. El uso de esta perspectiva combinada en el estudio de *fan fiction* derivado de *Fringe* ha permitido, en primera instancia, probar la fiabilidad de los métodos clásicos del análisis textual, tendiendo puentes a los textos de los fans; y, en segunda, aumentar el conjunto de estrategias transmedia añadiendo las estrategias de *expansión dimensional* y *conversión*. Con estos dos procedimientos hemos arrojado luz sobre los mecanismos que configuran una gran parte de los *fanworks*, divididos entre la fidelidad al canon y al *fanon*, y que pueden generarse en un universo *alternativo contextualizado* o *puro* del mismo mundo narrativo.

CAPÍTULO 10. *Fan fiction* y formatos transmedia

Cuando observamos la selección de *fan fiction* de este estudio, enseguida surge la necesidad de examinar la cuestión de la miríada de géneros y categorías específicas utilizadas por la comunidad de fans para nombrar y clasificar sus creaciones. Esto es muy evidente en el *fan fiction* producido en los *media fandoms*, que cuenta con una terminología propia diferenciada de otras muestras de la misma modalidad desarrolladas en el seno de la cultura *otaku*. De acuerdo con Busse y Hellekson (2006), podemos distinguir tres géneros de *fan fiction* principales: *gen*, *het* y *slash*.

Gen denotes a general story that posits no imposed romantic relationship among the characters. *Het* stories revolve around a heterosexual relationship, either one invented by the author or one presented in the primary source text. *Slash* stories posit a same-sex relationship, usually one imposed by the author and based on a perceived homoerotic subtext (Busse and Hellekson, 2006, p. 10)

Aparte de estos tres géneros principales, podemos encontrar un gran número de subgéneros relativos al contenido del *fanfic*, pero también a su posición cronológica o fidelidad a la fuente canónica. Dentro del primer grupo, encontramos los *fics* de *daño/consuelo* (*H/C*, de “hurt/comfort”, en el que un personaje es herido o sufre por algún motivo y otro se encarga de cuidarlo y ofrecerle apoyo; historias *fluff* con una premisa feliz pero poco argumento; los *fics* de *angustia* (*angst*), repletos de drama y estrés emocional para los personajes; relatos *smut* que muestran escenas sexuales explícitas (el *het* o el *slash* pueden tener una deriva *smut*, como en *The Charming Man*); historias *fix-it*, que reescriben un acontecimiento ocurrido en el canon de manera encaminándolo hacia “una conclusión deliberadamente no canónica y preferida” por el fan (Busse y Hellekson, 2006, p. 11); *crackfics* o *badfics* (literalmente, *fics* malos) con una finalidad humorística; y *crossovers* que combinan personajes procedentes de hipotextos distintos en una misma historia. Dentro del segundo grupo, relacionado con la posición cronológica, destacan los *futurefics* ambientados en el futuros independientemente de si el hipotexto ha finalizado o no; los autoexplicativos *preseries* y *postseries*; y los *post eps/coda/episode tag* escritas en respuesta el final de

un episodio, continuando la trama desde ese punto; y *missing scenes* o *fillers*; relatos que rellenan los huecos dentro de un episodio. Finalmente, en el tercer grupo, el *universo alternativo* (AU) es el subgénero global para aquellos fics que no siguen la pauta canónica.

Gran parte del significado que encierran estos términos de *fan fiction* se pueden encontrar en otras modalidades creativas de los fans desplegadas en diferentes medios y plataformas, de ahí que, en el momento de construir el modelo de análisis, apremiase identificar formatos comunes de CTGU en ficción. El resultado es una propuesta de once formatos transmedia generales que incluyen no sólo modalidades creativas sino también *fanworks* de carácter divulgativo como los *recaps*:

- *Precuela*: pieza que tiene lugar antes del principio del mundo narrativo transmedia, o en su defecto del texto en el que se origina.
- *Secuela*: pieza que situada después del final del mundo narrativo transmedia, o en su defecto del texto en el que se origina.
- *Intersticial*: pieza que tiene lugar en medio de dos episodios o extensiones que forman parte del mundo narrativa transmedia, o en su defecto del texto en el que se origina.
- *Filler*: pieza situada dentro de un episodio o extensión.
- *Reflexión*: pieza centrada en los pensamientos de un personaje durante un episodio o extensión.
- *Reacción*: pieza creada en respuesta a los acontecimientos mostrados en un episodio o extensión.
- *Crossover*: una pieza que combina personajes, escenarios, discursos y estilos procedentes de dos o más mundos narrativos (ver secciones 10.1 y 10.2)
- *Original*: pieza independiente que no es causa ni efecto de ningún episodio o extensión dentro del mundo narrativo transmedia.
- *Adaptación*: pieza que adapta los acontecimientos de un episodio o extensión del mundo narrativo transmedia a otro medio o plataforma.

- *Recapitulación*: pieza en la que se resume y/o analizan los acontecimientos de un episodio o extensión del mundo transmedia o la totalidad del mismo.
summarising
- *Promoción*: pieza que promociona el mundo narrativo transmedia.

Si seguimos estos formatos, un *fan fiction* situado en un PAU, o un trabajo basado en el canon o un CAU serían ejemplos de un formato original en relación al canon. Pero en ambos casos, no debe haber signos visibles de contradicción con la cronología canónica. Así, un *fanfic* como *Synaptic* constituiría un intersticial ya que es un CAU que continúa cronológicamente los acontecimientos del final de la segunda temporada, mientras que *The Charming Man* sí se ajustaría a la descripción de formato original porque es un *one shot* basado en un CAU situado en un momento indeterminado de la segunda temporada. Un testimonio del formato promocional puede verse en un póster de una hipotética película de la serie ¹⁰⁶.

¹⁰⁶ Disponible en <http://www.fanpop.com/clubs/fringe/images/33206215/title/fringe-fanmade-movie-poster-fanart>. Recuperado el 23 de diciembre de 2013.



Figura 13. Póster de una posible película de 'Fringe'. Autor desconocido.

Vimos cómo la colección de *fic*s *Ways and Means* de crazylittleelf nos daba pistas de narrativas *bottom-to-bottom* expandiendo a un nivel transtextual, de *fic* a *fic*, el CAU que Chichuri desarrolla en su serie *Choke Chain 'verse*. Sin embargo, a un nivel propiamente transmedial, vale la pena destacar el caso de un *fanwork* no inscrito en el *Fringeverse*. Se trata de *Love On a Train*, un *slash fic* de Heather Hogan¹⁰⁷ que, a modo de *secuela*, relata la historia de la pareja formada por los personajes de Emily y Naomi tras el final de la segunda generación de la serie en marzo de 2010¹⁰⁸. Desde el punto de vista del mundo narrativo, el *fic* se pudo considerar un hipertexto adscrito al canon hasta

¹⁰⁷ Disponible en <http://heather-hogan.livejournal.com/954.html>. Recuperado el 26 de diciembre de 2013.

¹⁰⁸ Al igual que otros dramas adolescentes como el canadiense *Degrassi*, *Skins* cambiaba su plantel de personajes y trama argumental cada dos años, ya que la serie abarcaba los dos últimos cursos en el instituto antes del inicio de la etapa universitaria.

que, en julio de 2013, *Skins* regresó a las pantallas de televisión con un episodio especial que contaba la vida de esta pareja tras haber terminado el instituto. El episodio mostraba una diégesis que rebatía la presentada por Hogan en su *fic*, de modo que el hipertexto pasó a formar parte los CAUs y de ser reclasificado como formato *intersticial*. Aunque en esta ocasión el *fantext* gozó de tres años de reconocimiento canónico en la comunidad de fans de la serie, es muy habitual que se produzcan ‘mudanzas’ de *fics* del canon al CAU, debido a un fenómeno que Hills (2002) bautiza como *just-in-time fandom*: “Las prácticas del *fandom* se han ido complicando cada vez más dentro de los ritmos y temporalidades de la emisión” (p. 140), y que como hemos visto en el Capítulo 3 del Bloque II, no han hecho más que acelerarse con la generalización de los sistemas transmedia. Como reconoce la fan Mack_the_Spoon en el *header* de *Out of Memory of Time*¹⁰⁹ basado en *Fringe*

Post-Ep for the S3 finale, now made AU by the canon of S4. "If she was going to have a voice in her head, she thought to herself, couldn't it be someone she actually knew?"

En cualquiera de los casos, *Love On a Train* fue adaptado al cómic por buffystakeedward¹¹⁰ en un ejemplo de adaptación transmedia *bottom-to-bottom* que resalta la flexibilidad de estos formatos y que pueden ser utilizados para explicar la relación entre una pieza AU y el universo compartido que genera. Asimismo, estos formatos pueden ser aplicados no solo a CTGU sino a cualquier tipo de contenido ficcional con independencia de su punto de origen dentro del sistema transmedia, por lo que pueden describir relaciones hipertextuales entre producciones *top-down*, *bottom-up* y *bottom-to-bottom*.

A la luz de las categorías desglosadas hasta el momento, y si tenemos en cuenta los tres géneros principales de *fan fiction*, de los 94 *fics* de la muestra, el 51,06% pertenecen a la categoría *gen*, el 40,43 % al género *het*, y 8,51% son ejemplos de *slash*. Con respecto al área del mundo narrativo el 36,17% están basados en el canon, el 50% en CAUs, pero

¹⁰⁹ Disponible en <http://archiveofourown.org/works/290702>. Recuperado el 27 de diciembre de 2013.

¹¹⁰ Disponible en <http://heather-hogan.livejournal.com/1816.html>. Recuperado el 26 de diciembre de 2013.

ninguno en PAUs, y 13,83% pertenecen a universos compartidos. De los 94 fanfics, sólo uno, *Fading Lights* de Elialys¹¹¹, no toma la serie de televisión como hipotexto sino una promo de “An Origin Story”, el quinto episodio de la quinta temporada. En cuanto al formato transmedia, el Gráfico 1 nos da una idea de cómo queda repartida la muestra, en la que se aprecia una preferencia por el formato intersticial, seguido del original y la reflexión, citando los tres primeros resultados. Además, y aunque no formen parte del grupo de 94 *fics*, cabe destacar que las diez páginas de Facebook de *La Vaca de Fringe* (ver Capítulo 11) seleccionadas para este estudio, se inscriben en el canon y representan ejemplos del formato de adaptación transmedia.

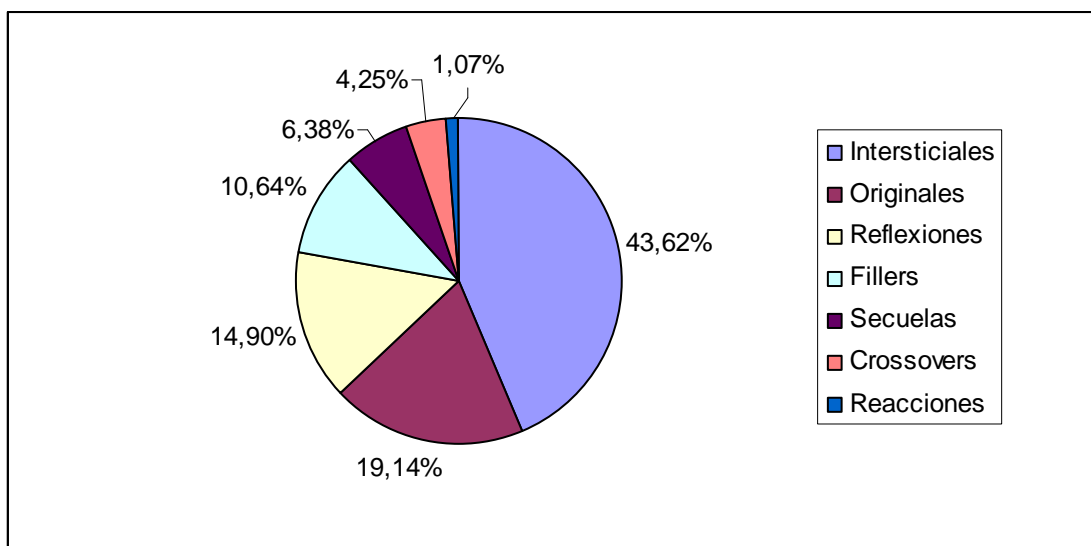


Gráfico 1. Formato transmedia de los ‘fics’ seleccionados en esta investigación. Elaboración propia.

10. 1. Crossovers

Veamos en profundidad las características de uno de estos formatos, el *crossover*, a partir del estudio de ejemplos derivados de *Fringe* y *Lost* (tal y como avanzamos en el Capítulo 6), para los que volveremos a utilizar algunas de las categorías genettianas reseñadas en nuestro análisis de las estrategias narrativas transmedia aplicadas al *fan fiction*. Pero, primero hemos de aclarar algunos términos.

¹¹¹ Disponible en <http://archiveofourown.org/works/548582>. Recuperado el 23 de diciembre de 2013.

El *crossover* puede concebirse como una manifestación más de la cultura entendida como *remix* (Lessig, 2008), es decir, el arte infinito de hibridar objetos culturales dando lugar a nuevos tipos de mezclas creativas (Knobel y Lankshear, 2008). Sin embargo, al igual que el propio concepto de narrativa transmedia, el *crossover* se encuentra dentro de un mismo campo semántico en el que se encuentran otros términos relacionados como *mashup* o el propio *remix*. Según el diccionario de Oxford, *crossover* significa literalmente “un punto o lugar desde el que se cruza de un lugar a otro”. En música, el término se utiliza para describir desde fusiones de estilos a artistas presentes en listas de éxitos de más de un género musical¹¹², mientras que en el ámbito de la ficción nombra a obras que muestran personajes procedentes de dos o más mundos narrativos en el contexto de una misma historia. Con antecedentes que se remontan a la antigua Grecia (Nevins, 2005), la práctica del *crossover* está presente en los ámbitos de la música, la literatura, el cine, el cómic, la televisión y los videojuegos, en cualquier medio que permita contar historias. Dentro del ámbito de la literatura, también se denomina *crossover* a novelas que logran trascienden el público para el que inicialmente fueron concebidas, como por ejemplo, títulos enfocados a jóvenes lectores con gran aceptación entre los lectores adultos, siendo la saga *Harry Potter* un caso paradigmático de este tipo de literatura (Beckett, 2008).

El término *remix* nació vinculado a la industria de la música (Manovich, 2007, p. 1) y el impacto de las técnicas digitales en esta industria permitió que el *remix* se extendiera a otros contextos (como el audiovisual) también afectados por la digitalización hasta que el término pasó a utilizarse para designar “cualquier reescritura de una obra cultural preexistente” (Manovich, 2007, p. 1). A pesar de la amplitud actual del concepto¹¹³, su vínculo con lo digital es evidente ya que la popularización de software para manipular imagen, sonido y texto fue clave para el crecimiento de los contenidos generados por el usuario (Schäfer, 2011; Manovich, 2013; Jenkins et al., 2013). En este sentido, además de su significación musical, *remix* hace principalmente referencia a remezclas en el ámbito de la creación y edición de vídeo, en las que se combina más de una fuente de

¹¹² Disponible en http://en.wikipedia.org/wiki/Crossover_%28music%29. Recuperado el 21 de marzo de 2015.

¹¹³ En un sentido aún más global, Knobel y Lankshear argumentan: “El *remix* no ha emergido simplemente con la digitalización. Siempre ha formado parte del desarrollo cultural de cualquier sociedad (ver el análisis de Pettitt en la obra de Shakespeare, 2007)” (2008, p. 22).

imagen y sonido (Levin Russo y Coppa, 2012), y a remezclas visuales, que también hibridan diversos materiales preexistentes.

La combinación de fuentes ya dadas, como si se tratara de un constante copiar-pegar (Adami, 2012) es *conditio sine qua non* en los distintos significados de *mashup*¹¹⁴, un término afín a *remix*. La palabra designa, entre otras, desde el género musical que agrupa a canciones compuestas por partes de otras canciones, pasando por aplicaciones web que usan datos y funciones de varias fuentes (Yu et al. 2008), a vídeos formados por fragmentos de audio y vídeo ya existentes. Esta última acepción, como acabamos de ver, es sinónima de *remix*.

Una vez realizado este pequeño repaso etimológico es preciso delimitar qué entendemos por *crossover*. Tanto *mashup* como *remix* suponen nomenclaturas muy generales que no necesariamente hacen alusión al cruce de mundos de ficción, ya sea en sus elementos diegéticos o de estilo. Además, el término *crossover* implica concretamente una transformación de la diégesis al facilitar un diálogo entre personajes que no comparten el mismo mundo narrativo, algo que tampoco tiene porqué suceder en un *mashup* o un *remix*. Por esta razón, consideramos *crossover* una opción más adecuada para el objeto de estudio de esta tesis, y que podemos definir como aquel formato transmedia donde se combinan los rasgos diegéticos y/o estilísticos procedentes de dos o más mundos de ficción dando lugar a un nuevo producto cultural derivado.

10. 2. Tipología de los *crossovers*

A continuación presentamos un primer acercamiento taxonómico al mundo de los *crossovers*. En la medida de lo posible ejemplificaremos con textos inspirados en *Fringe* y *Lost* creados en una variedad de soportes mediáticos. Solo en casos excepcionales, cuando no se hayan identificado ciertas tipologías en esos mundos narrativos, se aportarán ejemplos con textos provenientes de otros relatos. Asimismo, es importante destacar que estamos ante una clasificación dinámica en donde un mismo

¹¹⁴ Disponible en <http://en.wikipedia.org/wiki/Mashup>. Recuperado el 21 de marzo de 2015.

crossover puede enmarcarse en más de una categoría en función de sus cualidades mediáticas, formales y narrativo-textuales.

10.2.1. Basados en el medio

Los *crossovers intramediáticos* combinan personajes o situaciones del mismo procedentes del mismo medio mientras que los *crossovers intermediáticos* combinan personajes o situaciones provenientes de otros medios. En *Fringe* y *Lost* se pueden encontrar numerosos *crossovers* con otras series televisivas, siendo también testimonios de cruces intramediáticos:

- *Lost – The Office*¹¹⁵
- *The Lost Files - 1 – Pilot*¹¹⁶
- *Time and Dimension II Doctor Who/Fringe Crossover*¹¹⁷
- *Fringe/Battlestar Galactica Credit Sequence Mashup*¹¹⁸

Los *crossovers* entre *Lost* y *The Simpsons* también deberían considerarse dentro de la categoría intramediáticos. El proyecto *Springfield Punx* del artista Dean¹¹⁹ es un buen ejemplo de este tipo de reescritura en clave *fan art* que se implementa por medio de un pastiche transestilístico donde todos los personajes de *Lost* son dibujados imitando el estilo clásico de *The Simpsons*¹²⁰. *Fringe* también cuenta con *crossovers* por transestilización dentro del ámbito del *fan art*: un póster de la serie animada *My Little Pony: Friendship is Magic*¹²¹ imita el estilo de póster promocional de la cuarta temporada de *Fringe*.

¹¹⁵ Disponible en <http://www.YouTube.com/watch?v=WxYmZSKc774>. Recuperado el 25 de marzo de 2015.

¹¹⁶ Disponible en <http://www.YouTube.com/watch?v=UpPdGTTevmw>. Recuperado el 25 de marzo de 2015.

¹¹⁷ Disponible en https://www.youtube.com/watch?v=MQ0ei_OsnBw. Recuperado el 25 de marzo de 2015.

¹¹⁸ Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=3KEgGEPEQOg>. Recuperado el 25 de marzo de 2015.

¹¹⁹ Disponible en <http://springfieldpunx.blogspot.com/>. Recuperado el 21 de marzo de 2015.

¹²⁰ Disponible en <http://springfieldpunx.blogspot.com/search/label/LOST>. Recuperado el 21 de marzo de 2015.

¹²¹ Disponible en <http://www.deviantart.com/art/Fringe-448581093>. Recuperado el 21 de marzo de 2015.

Respecto a la segunda categoría, a medida que las narrativas transmedia se vuelven un fenómeno cada vez más extendido puede decirse que cada vez más asistimos a la producción de *crossovers intermediáticos*. *Lost* y *Fringe* son productos de matriz televisiva, pero esto no impide que los fans produzcan falsos tráilers (Scolari, 2013a) , con historias procedentes de largometrajes (cuyo relato, a su vez, puede originarse en otros soportes mediáticos):

- *Lost Sin City*¹²²
- *Shutter Island - Lost - Mashup*¹²³
- *Fringe vs Girl with the Dragon Tattoo - Trailer Mashup*¹²⁴
- *Fringe - GI Joe Mashup*¹²⁵

O procedentes de los videojuegos:

- *Lost Season 7 (Zombie Season) Promo*¹²⁶

10.2.2. Basados en el estilo

Los pastiches transestilísticos exhibidos en *Springfield Punx* y los falsos tráilers de extracción cinéfila y ‘gamer’ nos ayudan a introducir una nueva categoría: *crossovers* que nacen de una mezcla en el nivel estético o formal. Quizá se trate de la categoría más general ya que, por una parte, todo *crossover* implica hasta cierto punto una transformación estilística y, por otra, existen tantas combinaciones como estilos dando lugar a cruces hipertextuales *ad infinitum* que desafían las competencias enciclopédicas del usuario, dependiendo de los hipotextos y de los elementos de estilo concretos que el

¹²² Disponible en <http://www.YouTube.com/watch?v=pkbBQyUEw8o>. Recuperado el 21 de marzo de 2015.

¹²³ Disponible en <http://www.YouTube.com/watch?v=hDNLd1f2vGA>. Recuperado el 21 de marzo de 2015.

¹²⁴ Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=8O7achJXnZ4>. Recuperado el 25 de marzo de 2015.

¹²⁵ Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=5MNN4PHgHcQ>. Recuperado el 25 de marzo de 2015.

¹²⁶ Disponible en http://www.YouTube.com/watch?v=d_uaroraLoY. Recuperado el 21 de marzo de 2015.

autor haya decidido utilizar. Nos limitaremos, pues, a una revisión de ejemplos en los que las fuentes de transestilización son ampliamente reconocibles.

Las sincronizaciones (Scolari, 2013a) son una subpráctica hipertextual muy característica del *fandom* de *Lost*. La serie incluyó decenas de personajes y jugó permanente con los saltos temporales. Fue así que a lo largo de las primeras tres temporadas los espectadores se enteraron de la vida anterior de los personajes, y fueron reconstruyendo mentalmente lo que hacía cada uno de ellos en determinados momentos (por ejemplo antes, durante y después del accidente del Vuelo 815). En otro claro ejemplo de transestilización, algunas sincronizaciones ‘lostianas’ utilizan una estética multipantalla similar a la de la serie *24* para mostrar lo que vivían los diferentes personajes de manera simultánea:

- *Lost: Flight 815 Crash in Real Time*¹²⁷

La apropiación estética es una práctica común en el entorno de los videojuegos como, por ejemplo, en *The Sims*. Su interfaz personalizable y narrativa abierta al gusto del usuario es la plataforma perfecta para la creación de *machinima*:

- *The Sims 3: Lost Season 2 Opening*¹²⁸

Los videoclips, elaborados a partir de la yuxtaposición de imágenes y música, son otra muestra de pastiches transestilísticos. En *Lost* encontramos cruces que pueden ir desde el tecno-house del grupo Vinylshakerz y su éxito *One Night in Bangkok* (remezcla a su vez del tema homónimo de Murray Head) hasta la banda sonora de *Beetlejuice*. En este segundo caso el videoclip se convierte prácticamente en un falso tráiler de las escenas iniciales de la sexta temporada:

- *Lost Tecno Dance*¹²⁹

¹²⁷ Disponible en <http://www.YouTube.com/watch?v=MKcKtjrL5bc>. Recuperado el 21 de marzo de 2015.

¹²⁸ Disponible en http://www.YouTube.com/watch?v=jgocvy5Ae_M. Recuperado el 25 de marzo de 2015.

- *Beetlejuice/Lost Mashup*¹³⁰

En ambos videoclips la transformación de estilo recontextualiza el hipotexto televisivo dando como resultado un cambio en sus rasgos genéricos. Tal y como veremos a continuación, esta es otra de las posibles consecuencias del *crossover*.

10.2.3. Basados en el género

Esta categoría debemos distinguir dos variables: género de los hipotextos combinados *pre-crossover* y su género *post-crossover*. Dentro de la primera, se encuentran los *crossovers intragenéricos*, aquellos en los que los hipotextos pertenecen al mismo género; y *crossovers intergenéricos*, en donde pertenecen a tradiciones distintas. En función de la segunda variable, destacamos los *crossovers homogenéricos*, en los que no se modifica el género de los textos fuente; y *crossovers heterogenéricos*, en donde la mezcla transforma la afiliación de uno de los hipotextos (expansión dimensional), o de todos ellos (conversión), produciendo un hipertexto de diferente género.

Entre los ejemplos de *crossovers* intragenéricos se encuentra *Ship's Business*¹³¹, un *fan fiction* en el que la fan kerithwyn realiza una transposición diegética de *Fringe* y *Star Trek*, presentando a los personajes de la serie de J. J. Abrams¹³² como tripulantes de la nave 'USS William Bell' de la Flota Estelar de la Federación Unida. El nombre de la nave que sustituye a la mítica Enterprise es una clara referencia a William Bell, el pérfido científico de *Fringe*. También se pueden incluir dentro de esta categoría otras transposiciones diegéticas en el ámbito del *fan vid* como *Fringe DW mashup - I went somewhere*¹³³ o *Fringe DW mashup - She's trapped there*¹³⁴. En este caso, el secuestro

¹²⁹ Disponible en <http://www.YouTube.com/watch?v=4xPOXSfPOGE>. Recuperado el 25 de marzo de 2015.

¹³⁰ Disponible en <http://www.YouTube.com/watch?v=DxA1Bzb-JMU>. Recuperado el 25 de marzo de 2015.

¹³¹ Disponible en <https://www.fanfiction.net/s/9265479/1/Ship-s-Business>. Recuperado el 21 de marzo de 2015.

¹³² Disponible en una explosión de referencias intertextuales cabe recordar que JJ Abrams es el director de la nueva versión cinematográfica del universo *Star Trek*.

¹³³ Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=pPRJNQKsp8E>. Recuperado el 28 de marzo de 2015.

de Olivia Dunham en el universo alternativo durante la tercera temporada de *Fringe* es aprovechado de forma orgánica para presentarnos un par de encuentros del personaje con la décima encarnación de El Doctor, el protagonista alienígena del clásico de la BBC, *Doctor Who*.

Todos estos trabajos pueden contarse al mismo tiempo como *crossovers* homogenéricos ya que la combinación de mundos narrativos no altera el género de los hipotextos que interactúan en el *crossover*. Sin embargo, la condición intragenérica de una mezcla no implica automáticamente que el hipertexto sea homogenérico, tal y como se puede apreciar en el vídeo *Fringe/TSSC: A Short Story About Love*¹³⁵. La fan chaila no sólo se limita a la transposición diegética de *Fringe* y *The Sarah Connor Chronicles* (FOX, 2008–2009), la secuela televisiva de *Terminador 2: Judgement Day* (James Cameron, 1991), sino que las imágenes se disponen de tal manera que se introduce una motivación (o un nuevo programa narrativo individual) en los personajes de Olivia Dunham y Sarah Connor al hacerse patente un interés romántico mutuo. El vídeo se articula únicamente en torno a este motivo, de ahí que el hipertexto resultante se desprenda de sus raíces de ciencia-ficción y se traslade al género romántico. Estamos, por tanto, ante un *crossover* heterogenérico.

Con respecto a los *crossovers* intergenéricos, a esta categoría pertenecen algunos vídeos que recontextualizan *Lost* (sobre todo la cabecera de sus episodios) por medio de un pastiche transestilístico, y la vuelven a proponer con la estética televisiva y cinematográfica de décadas pasadas. Estas recontextualizaciones operan sobre el eje temporal, por ejemplo, traduciendo la secuencia inicial en un estilo similar al que Saul Bass utilizaba en *Anatomía de un Asesinato* de Otto Preminger, y yuxtaponiéndola con la banda sonora original de *Hawaii Five-0*, el clásico policíaco de la CBS:

- *Lost Intro 60s version*¹³⁶

¹³⁴ Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=1MVEijCVtuY>. Recuperado el 28 de marzo de 2015.

¹³⁵ Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=JpMtmWzivoE>. Recuperado el 28 de marzo de 2015.

¹³⁶ Disponible en <http://www.YouTube.com/watch?v=Vr-r8sXy5Kg>. Recuperado el 25 de marzo de 2015.

Otra variante de la recontextualización se basa en la colocación del conjunto textual dentro de otros géneros, por ejemplo la *sitcom* o el musical. Algunas de estas producciones adoptan la forma de un falso tráiler que presenta una imaginaria versión alternativa de *Lost* imitando la estética de textos pertenecientes al género en cuestión como puede ser *Cheers* para la *sitcom*, o *The Phantom of the Opera* para el musical:

- *Lost: The Sitcom*¹³⁷
- *The Lost Musical*¹³⁸

10.2.4. Basados en el programa narrativo (PN)

Dentro de los *crossovers* por transposición diegética es posible profundizar en la configuración de estos cruces atendiendo a la interacción de los programas narrativos (PNs) procedentes de los hipotextos. Entendemos por *crossovers simétricos* aquellos en los mundos diegéticos son implementados en las mismas condiciones de manera que entre ambos se construye un PN compartido (C). Por el contrario, los *crossovers asimétricos* presentan una situación donde uno de los mundos diegéticos sirve de marco para la expansión del otro: una diégesis B actúa como huésped de un PN colectivo ya establecido en la diégesis A (Figura 14). En otras palabras, el NP colectivo para los actantes de la diégesis A se convierte en el PN colectivo para los actantes de la diégesis B, también (C).

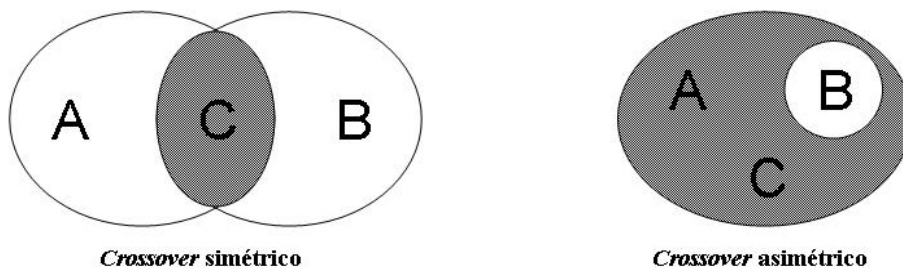


Figura 14. 'Crossovers' según el programa narrativo. Elaboración propia.

¹³⁷ Disponible en <http://www.YouTube.com/watch?v=mYv0Haigvgs>. Recuperado el 25 de marzo de 2015.

¹³⁸ Disponible en http://www.YouTube.com/watch?v=ZZ46YnFJw_g. Recuperado el 25 de marzo de 2015.

Ilustremos ambos tipos de *crossover*. *Sims 2: FRINGE vs House MD Parody: Dr House treats Dr Walter Bishop (Dr vs Dr)* es un *machinima* creado por el fan aldohyde en la que se muestra una parodia de *Fringe* y el drama médico *House MD*. El programa narrativo se articula en torno a una sobredosis de sustancias sufrida por el doctor Bishop, lo que le lleva a él, Olivia y Peter a visitar el hospital donde trabaja el sarcástico doctor House y su equipo en busca de una solución. Los actantes comparten programa narrativo totalmente inédito para ambas diégesis dando a lugar a un *crossover simétrico*. Otro ejemplo de cruces simétricos lo encontramos en las disparatadas parodias de *Lost* realizadas por *The Fine Brothers*¹³⁹ a partir de muñecos plásticos. En estos breves vídeos, que ya han superado varios millones de visitas en la web, los personajes de *Lost* se mezclan con decenas de personajes de la cultura de masas global (Darth Vader, Indiana Jones, Batman, Mr. Spock, Harry Potter, etc.). De forma similar al *machinima* de *Fringe* y *House*, los actantes estructuran en programas narrativos originales plagados de referencias a los universos canónicos de los hipotextos implicados en el *crossover*.

En cuanto a los *crossovers asimétricos*, el *fanfic* *The Red Ballon*¹⁴⁰ escrito por el fan syllogismos es un brillante exponente de esta mezcla hipertextual. El *fic* tiende un puente entre *Sherlock* (2010-), la serie moderna sobre Sherlock Holmes de la BBC, y *Fringe*, pero la ficción de FOX solo provee la infraestructura narrativa para la expansión de *Sherlock*, ya que el detective y John Watson se unen a la División Fringe en Nueva York para ayudarla a resolver el caso del episodio ‘Bad Dreams’ (1.17). El autor presenta la trama de suicidio masivo desde un tejado neoyorquino causada por Nick Lane (afectado por el Cortexiphan desde que era un niño, y con tendencias suicidas, tiene la habilidad de proyectar su estados de ánimo en los demás) como una analepsis provocada por los recuerdos de Watson durante su duelo por la muerte (fingida) de Holmes tras saltar del tejado del hospital londinense de San Bartolomé en el capítulo “The Reinchenbach Fall” (2.03) de *Sherlock*. Los fans de *Sherlock* son los claros lectores modelo de este *crossover*: la historia está narrada desde el punto de vista de Watson en primera persona, imitando el estilo de diario personal de las novelas de

¹³⁹ Disponible en <http://www.thefinebrothers.com/?Show=LOST-Parodies>. Recuperado el 21 de marzo de 2015.

¹⁴⁰ Disponible en <http://archiveofourown.org/works/808562>. Recuperado el 29 de marzo de 2015.

Conan Doyle y del propio blog personal que Watson escribe en de la serie. El NP colectivo de *Fringe* no cambia, pero se nutre de nuevos ayudantes con Holmes y Watson, que, al mismo tiempo son sujetos de su propio NP que toman prestado de *Fringe*.

Inmediatamente después del episodio final emitido el 23 de mayo 2010 comenzaron a aparecer en YouTube finales alternativos de *Lost*. Dentro de estos finales alternativos se encuentran *crossovers* asimétricos como *Final alternativo de Perdidos/Lost*¹⁴¹, una mezcla intermediática en la que Chuck Norris y otros iconos del cine de acción se convierten en ayudantes del NP colectivo imaginado por el fan luispunto para la serie.

CROSSOVERS		EJEMPLOS
Basados en el medio	Intramediáticos	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Lost – The Office</i> (fan vid) - <i>The Lost Files - 1 – Pilot</i> (fan vid) - <i>Time and Dimension II Doctor Who/Fringe Crossover</i> (fan vid) - <i>Fringe/Battlestar Galactica Credit Sequence Mashup</i> (fan vid) - <i>Springfield Punx</i> (fan art) - <i>My Little Pony: Friendship is Magic</i> (fan art)
	Intermediáticos	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Lost Sin City</i> (fan vid) - <i>Shutter Island - Lost - Mashup</i> (fan vid) - <i>Fringe vs Girl with the Dragon Tattoo - Trailer Mashup</i> (fan vid) - <i>Fringe - GI Joe Mashup</i> (fan vid)
Basados en el estilo		<ul style="list-style-type: none"> - <i>Lost: Flight 815 Crash in Real Time</i> (fan vid) - <i>The Sims 3: Lost Season 2 Opening</i> (machinima) - <i>Lost Tecno Dance</i> (fan vid) - <i>Beetlejuice/Lost Mashup</i> (fan vid)
Basados en el género	Intragenéricos (pre-crossover)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Ship's Business</i> (fan fiction) - <i>Fringe DW mashup - I went somewhere</i> (fan vid) - <i>Fringe DW mashup - She's trapped there</i> (fan vid) - <i>Fringe/TSSC: A Short Story About Love</i> (fan vid)
	Intergenéricos (pre-crossover)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Lost Intro 60s version</i> (fan vid) - <i>Lost: The Sitcom</i> (fan vid) - <i>The Lost Musical</i> (fan vid)
	Homogénicos (post-crossover)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Ship's Business</i> (fan fiction) - <i>Fringe DW mashup - I went somewhere</i> (fan vid) - <i>Fringe DW mashup - She's trapped there</i> (fan vid)
	Heterogénicos (post-crossover)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Lost Intro 60s version</i> (fan vid) - <i>Lost: The Sitcom</i> (fan vid) - <i>The Lost Musical</i> (fan vid)

¹⁴¹ Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=E5PMZ-Xdse0>. Recuperado el 29 de marzo de 2015.

		- <i>Fringe/TSSC: A Short Story About Love</i> (fan vid)
Basados en el PN	Simétricos	- <i>Sims 2: FRINGE vs House MD Parody: Dr House treats Dr Walter Bishop (Dr vs Dr)</i> (machinima) - <i>The Fine Brothers</i> (fan vid)
	Asimétricos	- <i>The Red Ballon</i> (fan fiction) - <i>Final alternativo de Perdidos/Lost</i> (fan vid)

Tabla 11. Tipos de 'crossovers'. Elaboración propia.

Sumario

En este capítulo hemos respondido a la pregunta de *investigación* “¿Bajo qué formatos textuales se presentan los fanworks?”. Si los *fanworks* pueden reproducirse y extenderse hasta el infinito al menos podemos delimitar dónde y cómo se originan, y de acuerdo a lo descrito en este capítulo, identificar un conjunto preliminar de formatos esenciales con el que clasificarlos. Así, destacamos once formatos: *precuela*, *secuela*, *intersticial*, *filler*, *reflexión*, *reacción*, *crossover*, *original*, *adaptación*, *recapitulación* y *promo*. De estas modalidades, hemos elegido el *crossover* para llevar a cabo un estudio más detallado que se resume en el cuadro taxonómico expuesto más arriba.

CAPÍTULO 11. *Fan fiction*: entre la expansión y la compresión narrativa

En la tabla 12 se recogen diez piezas que ilustran cómo el *fan fiction*, en tanto a extensión transmedia generada por el usuario, puede mostrar cualidades compresivas que contradicen su aparente naturaleza expansiva. A diferencia de lo que podemos observar en textos comprimidos como los *recaps*, el *fan fiction* es principalmente una modalidad que suma. Sin embargo, un enfoque cuantitativo a las estructuras discursivas (tiempo, espacio y actores) nos obligan a matizar esta afirmación. Tomemos como ejemplo *Number Two*, un CAU intersticial escrito por sugangel7¹⁴² que describe el encuentro entre Sam Weiss (el dueño de una bolera que guarda el secreto del misterio de La Máquina en la tercera temporada) y Fauxlivia en la bolera tras el final de la segunda temporada en el que ‘nuestra’ Olivia acaba atrapada en la realidad paralela. El *fic* muestra una clara expansión en la estructura temporal (+), pero si nos fijamos en el espacio y los actores, hay una compresión (-). La variedad de lugares que desfilan por la serie de televisión queda reducida a un solo sitio, mientras que el resto de personajes son omitidos para poner el acento en Sam y en Fauxlivia, que, recordemos, ha usurpado la identidad de ‘nuestra’ Olivia y está intentando aprehender todos los detalles de su vida posible, incluyendo la relación de mentor-alumna que la agente Dunham de esta dimensión mantiene con Weiss. Por tanto, a nivel cuantitativo podemos indicar que este *fic* encierra una compresión espacial y actorial a la vez que una expansión temporal. Pero no olvidemos los programas narrativos. Por medio de este encuentro entre Weiss y Fauxlivia, suganangel7 introduce un evidente cambio actancial, presentando nuevos PNs individuales que acaban por modificar los acontecimientos del canon: Fauxlivia acaba confesando su verdadera identidad a Peter (con el que ‘nuestra’ Olivia mantiene una relación) gracias a los lazos de amistad que ahora le unen a Weiss. Además de la expansión temporal, el devenir de los PNs y el hecho de que Fauxlivia y Weiss sean personajes secundarios en el *Fringeverse* (mientras que en el *fic* han sido revalorizados como protagonistas) revelan que se ha producido una expansión actorial. Valiéndonos de este ejemplo, podemos afirmar que una compresión en la estructura actorial puede darse al mismo tiempo como una expansión en el *fan fiction*, de modo

¹⁴² Disponible en <http://archiveofourown.org/works/284969>. Recuperado el 23 de diciembre de 2013.

que la revalorización implícita es mucho más efectiva. El *fan fiction*, por tanto, reproduce a una escala textual menor el mismo movimiento de comprensión/expansión narrativa (Scolari 2013a, p. 19) del mundo ficcional transmedia al que pertenece.

Fanfics	Estructuras discursivas		
	Tiempo	Espacio	Actores
<i>Number Two</i> (CAU)	+	-	-
<i>Caramel</i> (CAU)	+	-	-
<i>Message Delivered</i> (CAU)	+	+	-
<i>Objetus Perdus</i> (CAU)	+	+	-
<i>A Kiss Is (Just) a Kiss</i> (canon)	+	-	-
<i>The Red Ballon</i> (crossover con <i>Sherlock</i>)	+ (<i>Sherlock</i>) ≈ (<i>Fringe</i>)	+ (<i>Sherlock</i>) ≈ (<i>Fringe</i>)	+ (<i>Sherlock</i> , <i>Fringe</i>)
<i>Bagdad 2008</i> (crossover con <i>Doctor Who</i>)	+ (<i>Doctor Who</i> , <i>Fringe</i>)	+ (<i>Doctor Who</i> , <i>Fringe</i>)	+ (<i>Doctor Who</i> , <i>Fringe</i>)
<i>Not a date</i> (canon)	+	-	+
<i>9 Crimes</i> (crossover with <i>The Sarah Connor Chronicles</i> -TSCC)	+ (<i>Fringe</i> , TSCC)	+ (<i>Fringe</i> , TSCC)	+ (<i>Fringe</i> , TSCC)
<i>El Facebook de Peter 4.22</i> (canon)	-	-	+

Tabla 12. Expansión y comprensión cuantitativa de tiempo, espacio y actores. Elaboración propia.

La flexibilidad del *fan fiction* como CTGU todavía deja lugar para acomodar varios grados de expansión. Los *crossovers*, por definición, son formatos inherentemente expansivos hasta el punto de facilitar sinergias narrativas entre los dos mundos ficcionales que participan en la mezcla como se puede observar en la Tabla 12 donde hay una aparente suma en todos ellos. Pero, de nuevo, el análisis de los PNs nos revela que la participación de las diégesis en el *crossover* no siempre sucede en igualdad de condiciones, como ya comprobamos en el caso de los *crossovers* asimétricos, del que *The Red Ballon* es un buen ejemplo. La asimetría de este *fic* también está presente a nivel cuantitativo ya que se produce una clara expansión (+) de tiempo y espacio en *Sherlock* mientras que *Fringe* permanece invariable (≈) en este sentido ya que, como hemos visto su diégesis sirve de plataforma para la expansión de *Sherlock*. Es el la estructura actorial donde ambos mundos narrativos experimentan una expansión que una diégesis incorpora inevitablemente los actores de la otra, y viceversa. En cambio, en

el *fic* 9 *Crimes de Comicbooklovergreen*¹⁴³, un *crossover* con *The Sarah Connor Chronicles (TSCC)* sí vemos una expansión del espacio y tiempo en ambas diégesis ya que el *fic* se sitúa cronológicamente después del final de *TSCC*, y durante la tercera temporada de *Fringe*, y los personajes de Sarah Connor y Olivia Dunham se encuentran en bar inédito en ambas diégesis. En cierto modo, se podría afirmar que en este mismo formato de *crossover* se dan cita un formato secuela de *TSCC* y un *filler* de *Fringe*. En su guerra por impedir la rebelión de las máquinas, Sarah y su hijo, John, se dedican a investigar las actividades de la corporación Massive Dynamic que aparece en *Fringe* (expansión del PN colectivo de *TSCC* por adición de pruebas) mientras que Olivia intenta encontrar consuelo tras la infidelidad no intencionada de Peter con Fauxlivia (nuevo PN individual).

Si bien las páginas de Facebook de *La Vaca de Fringe* exceden las características de una pieza de *fan fiction* tradicional (y, por tanto, no se incluyeron dentro de la muestra de 84 *fanfics*) no pueden ser ignoradas como ejemplos de cómo se desarrollan la expansión y compresión en formatos de adaptación. Así, en *El Facebook de Peter 4.22*¹⁴⁴, un ejemplo del perfil de Facebook de Peter Bishop durante el episodio “Brave New World Part II” (4.22), la cantidad de actores aumenta (+), ya que se añade a Rachel Dunham, la hermana de Olivia, mientras que espacio y tiempo se reducen (–) debido a las características del sistema semiótico inscrito la plataforma Facebook. A continuación cuáles son las características de este *fanfic* híbrido.

11.1. Hibridaciones del *fan fiction* en el contexto transmedia

La Vaca de Fringe es un blog creado por el fan español Javier Giménez, responsable también de otros fan blogs como *Locos Perdidos*, inspirado en *Lost*. El espacio se actualizó todas las semanas entre septiembre 2010 y enero de 2013, y al igual que *Locos Perdidos*, Giménez crea una versión satírica del *Fringeverse* y sus personajes, entre los que destaca Gene, la vaca a la que Walter alimenta en su laboratorio de la

¹⁴³ Este fanfic no ya no se encontraba disponible en la URL original a fecha de 27 de diciembre de 2013.

¹⁴⁴ Disponible en <http://www.imagebam.com/image/9f070f190561264>. Recuperado el 27 de diciembre de 2013.

Universidad de Harvard. El blog contiene unos *recaps* hilarantes de la serie a partir de la tercera temporada, vídeos paródicos y, concretamente, capturas de pantalla de los perfiles de Facebook de Peter y Olivia durante cada episodio, que también incluyen las voces de otros personajes. Simulando los acontecimientos de la ficción, durante la quinta temporada los perfiles se fusionaron en un grupo secreto para los miembros de La Resistencia que luchaban contra la invasión de los Observadores llamado *El grupo Anti-Calvos*¹⁴⁵, en una clara referencia al aspecto de estos guardianes del espacio-tiempo.



Peter Bishop
¡Ya hemos cruzado! ¡Estamos en el otro universo! Muchas gracias **Lincoln Lee** y **Olivia Dunham** Como me alegra que me ayudéis desinteresadamente. Sois dos grandes personas y unos muy buenos amigos.
Me gusta · Comentar · Compartir · hace aproximadamente una hora · 🌐

👍 A Astrid Farnsworth le gusta esto.

Lincoln Lee Ejem... ejem... gracias...
hace aproximadamente una hora · Me gusta

Olivia Dunham Peter, te dije que me etiquetas si pasaba algo importante. No para estas chorradas. Ahora voy a echarme una siesta, que me duele la cabeza.
hace aproximadamente una hora · Me gusta

Escribe un comentario...

Peter Bishop
¡Ya hemos encontrado la solución a mi problema! El agente Lincoln y yo, vamos a viajar al otro universo para hablar con Walternativo.
Compartir · hace aproximadamente una hora · 🌐

Lincoln Lee ¿Y es seguro? ¿Que pasa si el portal se cierra y me pilla entre los dos universos?
hace aproximadamente una hora

Peter Bishop Te partiría por la mitad. Una vez maté a un hombre así. xD Pero era malo, no te preocupes. Por quitarme la novia no hago eso.
hace aproximadamente una hora

Figura 15. Extracto del perfil de El Facebook de Peter durante “Back to Where You Never Been” (4.08). La Vaca de Fringe (2011).

¹⁴⁵ Disponible en <http://bit.ly/1aeZhU8>. Recuperado el 27 de diciembre de 2013.

Las capturas de pantalla de los perfiles y el grupo secreto de Facebook son un ejemplo de formato de adaptación en el cual se lleva a cabo una recreación paródica y, a la vez, canónica del mundo narrativo y sus personajes. Giménez no altera los acontecimientos de la serie, sino que los adapta fielmente al entorno de Facebook, exagerando los rasgos distintivos de los personajes para imprimir un giro cómico en los diálogos (ver Figura 15), y añadiendo, a modo de metalepsis (Genette, 1989), algunas referencias extratextuales a figuras de la cultura de masas española. Aunque se haya aplicado una conversión que impacta en el género del hipertexto, la diégesis se alinea con el canon y los personajes, en sus representaciones paródicas, siguen siendo reconocibles para los fans. El comportamiento siempre afable y un tanto insípido de Peter hacia Olivia en el canon se traduce aquí en un dechado de sensiblería llamado Peterfantas, en un juego de palabras que hace referencia al “pagafantas”, una figura del imaginario popular español que representa al buen chico enamorado de la chica, y que siempre la consuela (y le paga las fantas o bebidas, de ahí el término) con la esperanza improbable de que la chica corresponda sus sentimientos algún día. Para completar la caricatura Peterfantas es también fan de Álex Ubago, cantante español conocido por sus temas de amor trufados de dramatismo. Tal y como explica Giménez, la idea de retratar a Peter como un romántico empedernido nació de la interpretación de un fan de los acontecimientos que estaban ocurriendo en la serie:

Lo de la afición de Peter por Alex Ubago vino de un episodio de la tercera temporada, cuando Olivia lo abandona por haber estado acostándose con su doble, y alguien comentó en blog que ahora estaría deprimido y escuchando canciones de Álex Ubago... Y ya se quedó con eso el pobre. Cojo rasgos de los personajes y los exagero. Si por ejemplo, Lincoln le trae un día a Olivia sopa, pues se convierte en Lincolnsopas y en las parodias, siempre la está invitando a sopa (comunicación electrónica, julio de 2012)

El aspecto serio y reservado que Olivia muestra en la serie llevó a Giménez a crear una versión aún más contenida del personaje que raya en un arquetipo frígido, malhumorado y adicto al trabajo, y que es objeto de los comentarios hirientes de Fauxlivia. El carácter alegre y dominante de la Fauxlivia original sirve como abono para dar vida a ‘Zorrivia’,

una barriobajera sin modales. El filtro paródico de Giménez también nos permite ver más de un personaje secundario que apenas se prodiga por la serie de televisión, Rachel Dunham, la hermana mayor de Olivia y madre de su sobrina, Ella, y que siempre aparece en los comentarios del Facebook de Olivia dándole consejos sobre relaciones y hombres. Con respecto al resto de personajes, Walter es un científico aún más desquiciado, con una Astrid que ejerce de niñera de sus locuras, y Broyles encarna al jefe enfadado que lucha por que sus empleados se dediquen a hacer su trabajo. Las parodias de los personajes alcanzaron tanta popularidad entre los fans de habla hispana de la serie que el concepto se trasladó a Twitter en donde se desarrollaban juegos de rol que iban más allá del marco ofrecido por los episodios de la serie¹⁴⁶.

A diferencia de Twitter, el hecho de que las páginas de Facebook fueran capturas de pantalla manipuladas impedía cualquier interacción en tiempo real entre los personajes. Pero precisamente es esta particularidad lo que permitía a Giménez personalizar la interfaz gráfica de Facebook para adecuarla a la sátira. El fan se encargaba de crear los posts y comentarios, colocándolos según el orden relato que propone el ‘muro’ original de Facebook, con los últimos posts colocados en la parte superior. Con todo, la labor de Giménez no acababa ahí sino que también creaba los anuncios e información paratextual comunes en esta red social, y que siempre hacían referencia al mundo narrativo de *Fringe*. La edición de la interfaz de Facebook en Photoshop junto con la adaptación paródica de los episodios, es lo que hace que este, y otros trabajos de corte similar, sea considerados como un ejemplos de *fan fiction* híbrido que enriquece sus propias cualidades narrativas combinando las herramientas (Photoshop) utilizadas en otros CGTU (fan art) y las textualidades propias de la red social¹⁴⁷. En este sentido, la emergencia de *fanworks* híbridos como las páginas de Facebook de *La Vaca de Fringe* no pueden ser abordado sin tener en cuenta las importantes cambios en el ecosistema de medios causados por el rápido desarrollo de las aplicaciones de software principios del siglo XXI (Manovich, 2013). Es más, la constante hibridación mediática y las “nuevas

¹⁴⁶ *El Twitter de Peterfantas y Olivia Dunham*. Disponibles en <http://www.twitter.com/peterfantas> y <http://www.twitter.com/oliviadunham1>. Recuperados el 20 de diciembre de 2013.

¹⁴⁷ “The original canon/fantext relationship is now compounded not only by the broader structures of genre but also by the varying technologies, software and interfaces used by the fan author” (Stein, 2006, p. 249).

especies” que surgen de ese proceso son una prueba fehaciente esas cruces provocados por la implantación del software

Sometimes new media offsprings are only slightly different from the ones that already exist; at other times the combinations of software DNA produce distinct new media “species.” The process of media evolution also produces new techniques for media authoring, editing, sharing, and collaborating, new interface conventions, and also new algorithms” (Manovich 2013, p. 167)

Sumario

En este capítulo hemos abordado la pregunta de investigación “¿Existe movimiento de comprensión en el *fan fiction*?”. El análisis textual del *fan fiction* derivado de *Fringe* ha evidenciado CGTU en apariencia expansivos pueden presentar compresiones en su estructura narrativa. Si los medios puede extenderse como “mantequilla de cacahuete” (Jenkins et al., 2013, p. 279), entonces no podemos concebir la narrativa transmedia como algo uniforme o vectorial, sino más bien como un proceso ‘con grumos’ en forma de compresiones narrativas. Podemos observar ejemplos de esta no uniformidad en el estudio de formatos de *crossover* de *fan fiction*, en los que los dos mundos narrativos se manifiestan en diferentes grados dentro de la misma mezcla.

De forma complementaria, el caso de las páginas de Facebook de *La Vaca de Fringe*, nos ha acercado al uso que los creadores fan dan a las aplicaciones de software para seguir desafiando las fronteras de su propia expresión a la hora de reinterpretar y recrear los textos mediáticos. Pero con estas prácticas, los fans modifican las bases de algunas de sus modalidades textuales, hibridándolas en un proceso *in fandom* que, no en vano, refleja las transformaciones que sacuden el ecosistema mediático.

VI

***FAN FICTION* COMO PRÁCTICA TRANSMEDIA:
LA COMUNIDAD DE ESCRITORES Y LECTORES
DE *FRINGE***

CAPÍTULO 12. La influencia del canon en la escritura de *fan fiction*

Concluido el análisis del *fan fiction* como texto transmedia, y siguiendo la estructura que anunciamos en el capítulo de Objetivos de la investigación, abrimos este bloque dedicado al estudio del *fan fiction* como práctica transmedia en el cual desglosaremos los resultados de la aplicación de los métodos de etnografía digital seleccionados para este estudio. Tras una breve introducción de las características generales de la comunidad de escritores y lectores de *Fringe*, procederemos a mapear qué cuenta como canon a la hora de producir *fan fiction*, el concepto de *práctica caractercéntrica* y las cualidades del mundo narrativo transmedia de *Fringe* como hipotexto generador de *fan fiction*. El último capítulo de esta tesis explorará las dinámicas de los lectores beta y los autores de *fanfic*.

12. 1. Datos generales

Un total de 304 personas respondieron a la encuesta durante las semanas que permaneció activa (ver Capítulo 6). El 60% son mujeres, confirmando una vez más la tendencia observada en otros trabajos sobre *fan fiction* y cultura de los fans (Bacon-Smith, 1992; Jenkins, 1992; Hellekson & Busse, 2006; Hellekson, 2009): el *fan fiction* es una práctica con una base demográfica principalmente femenina. La edad media de los participantes se situó en los 27,4 años. El español es la lengua materna del 63,4% de los participantes, mientras que un 24% se declaró anglófono. El 41% de los participantes indicó el inglés como su segundo idioma, mientras que el 12,1% declaró que era el español y un 6,9%, el francés. Con respecto a las webs que alojan *fan fiction*, una mayoría del 71,3% eligió Fanfiction.net como su fuente primaria de lectura, por delante de otros sitios como ArchiveofOurOwn.com (23,1%), LiveJournal.com (14,6%) y Tumblr.com (8,2%)¹⁴⁸. El ordenador continúa siendo la plataforma para leer más

¹⁴⁸ Los porcentajes representan el total de selecciones obtenido individualmente por cada fuente de lectura de *fan fiction*. Los participantes pudieron seleccionar más de una fuente de lectura, así, Fanfiction.net es la opción más popular, sin que ello excluya necesariamente el uso adicional de otras plataformas por parte de los participantes que eligieron Fanfiction.net.

utilizada con un aplastante 94,3%, si bien los *smartphones* (24,8%) y las tabletas (17,4%) también alcanzaron porcentajes representativos que apuntan a una cohabitación entre las diferentes pantallas.

Para señalar la principal razón por la que leían *fan fiction* de *Fringe*, los participantes tuvieron que escoger y clasificar sus preferencias entre una lista de ocho motivos. Los resultados dieron cuenta una vez más de la conexión emocional y afectiva que existe entre el fan y su objeto de *fandom* (Hills, 2002; Sandvoss, 2005). La necesidad de estar conectados por más tiempo a la serie y a sus personajes obtuvo la primera posición (15,08%),¹⁴⁹ por delante de otras razones como la libertad de explorar nuevas relaciones entre los personajes (13,86%), la posibilidad de descubrir nuevas teorías sobre la trama y personajes (13,24%), leer el punto de vista de otros fans (13,22%), distraerse (13,13%), aprender otros idiomas (11,31%), leer sobre algo ya conocido (10,49%) y preferir la forma en la que los personajes son presentados en el *fan fiction* más que en la propia serie (9,67%).

12. 2. Canon indefinido

Aunque los CTGU son una parte indisociable de las expansiones narrativas oficiales cuando se aborda la idea de transmedialidad, cabe cuestionarse si los fans son igualmente receptivos a considerar esas expansiones dispersas en distintos soportes cuando escriben sus obras de *fan fiction*. El análisis arrojó una respuesta razonablemente negativa a esta pregunta, ya que el 54,6% de los autores afirmaron basar sus historias sólo en la serie de televisión de entre el abanico de contenidos que ofrece una franquicia transmedia como *Fringe*, y el 11,4% indicó no ser consciente de la existencia de tales contenidos. No obstante, un porcentaje del 34,1% sí tiene en cuenta otras expansiones narrativas, al considerarlas parte del canon.

¹⁴⁹ Porcentaje calculado a partir de la puntuación total obtenida por cada motivo. Los motivos clasificados en posiciones superiores lograron una valoración mayor que el resto. El motor de la encuesta calculó la puntuación total sumando todas las clasificaciones ponderadas. Por ejemplo, en este caso, la necesidad de pasar más tiempo conectados a la serie obtuvo el primer lugar, acumulando un total de 844 puntos, que se traducen en un porcentaje del 15,08%. Todos los resultados desprendidos de preguntas en las que los participantes hubieron de elegir y ordenar sus preferencias entre una lista de elementos figuran como porcentajes a lo largo del presente texto.

La definición de canon (ver Tabla 13) también alumbró posturas resistentes a las implicaciones del concepto de narrativa transmedia, al no haber un consenso claro entre los participantes acerca de qué extensiones del mundo narrativo componen dicho canon. Si bien la consideración única de la serie de televisión como fuente canónica es la menos popular de las tres opciones dadas, la cifra sólo está tres puntos por debajo de la segunda de las opciones ‘benévolas’ con las extensiones transmedia. Dentro de estas, la opción que incorpora a los productores y guionistas de la serie como figuras sancionadoras es la preferida, reconociendo la autoridad última que aquellos tienen sobre el mundo narrativo. A la vista de estos datos, puede decirse que el actual panorama transmedia ha intensificado el tradicional debate entre los fans acerca de la naturaleza del canon (Jenkins, 1992; Busse y Hellekson, 2006; Beddows, 2012). Hasta cierto punto, también ha reforzado la necesidad de los fans de apoyarse en la palabra de los creadores para orientar sus opiniones (Scott, 2008), sobre todo en los casos de sistemas transmedia de origen televisivo cuya expansión se ha llevado a cabo de forma desorganizada (Scolari et al., 2012), y en los que los fans han detectado errores de continuidad entre las diferentes expansiones.

Definición	Porcentaje (n=209)
Solo la serie de televisión.	29,70%
La serie de televisión y otros materiales derivados (por ejemplo, los cómics y videocómics de <i>Fringe</i>) o información de contexto, sólo si los productores o creadores los consideran parte de la historia.	37,30%
La serie de televisión y otros materiales derivados (por ejemplo: los cómics y videocómics de <i>Fringe</i>) que expandan la historia siempre que sean oficiales. No hace falta la palabra de los productores para considerarlos canon.	31,6%
Otros.	1,40%

Tabla 13. ¿Qué es una fuente canónica en *Fringe*? Elaboración propia.

12.3. Práctica *caractercéntrica*

Al pedirles que priorizaran los elementos en los que más se fijan cuando realizan sus respectivas tareas, lectores beta y autores coincidieron en destacar la caracterización fiel de los personajes con respecto al canon como el aspecto más importante. En concreto, para los autores los tres retos principales son, en este orden: mantener la caracterización original independientemente de si el *fanfic* respeta o no el canon de la serie (11,23%), mantener el ritmo de la historia (10,41%) y saber transmitir las emociones de los personajes a través de los diálogos (10,37%).¹⁵⁰ Si bien para los lectores beta los diálogos ocupan la primera posición (11,42%), seguidos de la caracterización (11,07%) y la ortografía y gramática (10,25%),¹⁵¹ las respuestas a las preguntas abiertas apuntalaron el tratamiento de los personajes como un punto crítico para considerar la buena calidad de un *fic*, en general

I think that the characters need to be in character and if they are not, there must be a very good reason for it. In the case of Fringe, this could mean an alternate version of a character or time travel that changed something in their formative life, for example “What if Olivia's stepfather never abused her?” Mostly, though, I think the characters should be in character. I think the best fanfiction has dialogue that mirrors the pace of the dialogue in the show (mujer, 30 años, Estados Unidos, acceso al cuestionario el 28 de noviembre de 2012 desde fringefiction.livejournal.com)¹⁵²

¹⁵⁰ Otros retos para los autores son, en este orden de preferencia: construir tramas largas (9,26%), encontrar el tono adecuado (8,76%), describir la atmósfera del *fic* (7,16%), no equivocarse en la información científica (6,91%), encontrar una premisa original para escribir un *fic* (6,22%), mantenerse fiel al canon y al género (6,09%), escribir escenas eróticas (5,92%), tratar temas polémicos sin caer en lo superficial (4,61%), no cometer errores ortográficos (4,62%), documentarse antes de escribir (4,20%), escribir escenas ligeras o de humor (2,30%), ser fiel al universo narrativo propuesto por otro fan autor (1,94%).

¹⁵¹ Otros aspectos tenidos en cuenta por los lectores beta son, en este orden: originalidad (9,42%), ritmo (9,25%), fidelidad al canon (8,97%), calidad de las descripciones (8,92%), realismo (7,64%) precisión en los datos científicos (7,63%), complejidad de la trama (6,49%), fidelidad al universo narrativo propuesto por otro fan autor (4,48%), atrevimiento (4,46%).

¹⁵² Se ha corregido la ortografía de las citas para facilitar su lectura.

Lo más importante para mí es el carácter y personalidad de los personajes de la serie. El fanfic tiene que ser acorde a ellos y no OOC, out of character, porque entonces no tengo la sensación de estar leyendo algo verídico, que pueda suceder en la serie misma (mujer, 21 años, España, acceso al cuestionario el 26 de noviembre de 2012 desde zonafringe.blogspot.com)

A good fic should have good characterization based on canon (tv show + derivatives) an a story that offers a different perspective or bring new light into character backgrounds as well as the direction of the plot (Mujer, 23 años, Estados Unidos, acceso al cuestionario el 28 de noviembre de 2012 desde fringe-olivia.livejournal.com).

La voluntad de no caer en el *out of character (OOC)*, uno de los aspectos más criticados por los lectores, y de preservar la voz de los personajes por encima de otras cuestiones (como la fidelidad al canon y al género en general, la originalidad, y el ser rigurosos en la presentación de datos científicos en el caso específico de *Fringe*) da cuenta de dos fenómenos. En primer lugar, el *fan fiction* como práctica está fuertemente determinado por el canon del que se deriva, independientemente del debate abierto acerca de los límites del canon: tanto autores como lectores no renuncian del todo a buscar la representación del material original en los textos. La popularidad de los *fics* de universo alternativo o AUs en donde se emplaza a los personajes en espacios y tiempos distintos a los de la serie, o se modifican hechos de la trama, es una prueba de que esta representación se articula fundamentalmente en el nivel de los personajes más que el mundo narrativo.

Tal particularidad permite introducir el segundo fenómeno del *fan fiction*, su condición de *práctica caractercéntrica*, donde el personaje es el puente que une la expansión narrativa creada por el fan escritor con el universo canónico en el que se inspira. Esta importancia capital que en el texto del fan adquiere el personaje como perpetuador de la narrativa confirma el punto de vista desarrollado por Bertetti (2014) en su estudio de *Conan el Bárbaro*. Bertetti sitúa a los personajes en el origen de la construcción de las franquicias transmedia durante la primera mitad del siglo XX, y añade: “La presencia

del mismo personaje en diferentes textos y en distintas plataformas mediáticas (...) no implica necesariamente que estos textos o plataformas compartan el mismo mundo” (2014, p. 2346). No es difícil pensar en esta afirmación mientras se lee un *fic* ambientado en un universo alternativo, sobre todo, si estamos ante un PAU donde el único vínculo con el canon reside en la caracterización de los personajes.

12. 4. *Fringe* como origen de *fan fiction*

El número de participantes en la encuesta apunta al reducido tamaño de la comunidad de *fanfic* dedicada a *Fringe*, un hecho que ya había percibido como lectora de *fic*s dentro de este *fandom* y durante la fase de selección del corpus textual de la investigación, pero que se terminó de confirmar en algunas de las respuestas dadas por los fans

It is a small community with some very talented and original authors. Fringe fans are extremely creative and add another layer to the fandom. I am very glad to be a part of it (mujer, 20 años, Estados Unidos, acceso al cuestionario el 27 de noviembre de 2012 desde fringetv-at-dw.dreamwidth.org)

Es un fandom bastante pequeño. Pienso que la calidad y la coherencia que ha demostrado la serie durante todos estos años, dándonos mucho más de lo que los fans esperábamos, ha contribuido a que los fanfics no sean, a mi juicio, tan numerosos como en otros fandoms (por ejemplo, *Expediente X*) donde el fan tenía que rellenar los huecos que el canon iba dejando (mujer, 42 años, España, acceso al cuestionario el 27 de noviembre de 2012 desde zonafringe.blogspot.com)

Los fans establecen una relación directa entre la cantidad de *fanfic* producido dentro del propio *fandom* y la calidad del material de origen. De esta forma, una historia cuyo relato cuente con numerosas incongruencias, o deje tramas o aspectos sin resolver de forma satisfactoria, es más proclive a ser objeto de múltiples reescrituras que, a su vez, no nieguen el canon. Al mismo tiempo, existe una relación entre las características del

texto madre y el *fan fiction* al que da lugar en tanto que el fan justifica sus propias decisiones creativas basándose en lo propuesto por el canon

A large part of my fanfic-writing enjoyment comes from being able to build my own coherent fanon on top of the show, where everything meshes neatly with canon. And I can't do that with *Fringe*, because it's not over yet, and I want to know as much as possible before I dive in. Though I did manage to write a good amount of *Heroes* fanfic even when that show was still running; but that's possibly because *Heroes* canon had a reputation for contradicting itself (and the writers finding convoluted ways to get out of it), and it seemed only fitting that the fanfic would be the same (hombre, 23 años, Singapur, acceso al cuestionario el 29 de noviembre de 2012 desde fringe-tv.livejournal.com)

Si bien *Fringe* se presenta bajo el sello de una serie de ciencia ficción impulsada por el clásico arco argumental de una gran conspiración que amenaza a toda la humanidad, la subtrama de los personajes cobra similar importancia al insistir en las consecuencias que para el personaje de Walter Bishop tiene el hecho de haber secuestrado al doble de su hijo en la realidad alternativa. La condición general del *fan fiction* como práctica caractercéntrica fomenta la creación de historias con temáticas enfocadas a explorar las motivaciones e interacciones de los protagonistas de la serie (ver Tabla 14).

Tema	Porcentaje	Posición
Relaciones familiares complejas	14,50%	1
Relaciones amorosas	12,76%	2
Compañerismo y dinámicas de equipo	10,16%	3
Ciencia y eventos <i>Fringe</i>	9,03%	4
Redención y perdón	8,60%	5
Amistad	8,35%	6
Subtexto	5,54%	7
Soledad	4,45%	8
Conspiraciones y terrorismo mundial	4,41%	9
Problemas de confianza	4,31%	10
Límites éticos en la ciencia	4,20%	11
Ciencia vs. fe	3,86%	12
Consumo de drogas	3,39%	13
Igualdad de la mujer en el trabajo	3,28%	14
El científico loco	3,16%	15

Tabla 14. ¿En cuál de los siguientes aspectos del mundo narrativo de '*Fringe*' te centras más cuando escribes tus historias? Elaboración propia.

Al mismo tiempo, la elección de los géneros de *fan fiction* apunta a realzar ese factor humano, primando los textos de daño/consuelo, de romance y los estudios de personaje, sobre todo, de personajes que no han disfrutado de demasiado tiempo en pantalla, lo que conecta al *fan fiction* basado en *Fringe* con las temáticas recurrentes en la tradición de *fan fiction* (Jenkins, 1992; Coppa, 2006)

Character studies. There are a lot of underutilized characters on *Fringe* and I like to explore them in more detail (mujer, 23 años, Estados Unidos, acceso al cuestionario el 29 de noviembre de 2012 desde cortexifans.livejournal.com)

La parte sexual o física no ha sido muy explorada en la serie. Además de eso, trato de darle voz a los sentimientos de los personajes (mujer, 30 años, Argentina, acceso al cuestionario el 01 de diciembre desde zonfringe.blogspot.com)

Que *Fringe* incluya los universos alternativos dentro de su mitología hace que la experiencia de escribir *AU fics* sea ligeramente distinta en esta comunidad, en contraste a la situación de otros *fandoms* donde, como ya vimos, crear en el área canónica del universo ficcional significa emprender una carrera contra el espacio-tiempo de una narrativa transmedia *top-down* que se expande rápidamente, y amenaza con descanonizar el *fantext* en cualquier momento (Scott, 2008). Tal y como reconoce este fan acerca de las desventajas de escribir *fics* vinculados al canon

Si se escribe mientras la serie está en emisión, lo que pasa en nuevos episodios puede destruir el fan fiction si no se trata con cuidado (hombre, 20 años, Chile, zonafringe.blogspot.com)

Pero en *Fringe*, los universos alternativos, ya sean CAU o PAU son un elemento reconocido en la propia diégesis, de ahí que incluso los fans pro-canon relajen sus críticas hacia los *AU fics*. El mundo posible imaginado por el fan puede quedar legitimado por los sucesos acaecidos en el mundo ficcional de *Fringe*

Advantages: as long as characterization is kept, you can totally explore the characters in different scenarios, which you wouldn't be able to do otherwise. It mostly exposes the character to another reality but you can explore (both as a reader and as a writer) how to adapt to certain circumstances. Disadvantages: the more AU a story gets, the most likely these are not our characters but are some Mary Sues with the same name as our characters. If the author takes too much of a liberty then it's not fanfic anymore, not really, so what's the point? Only the names remain the same. But honestly, the thing I love about Fringe is that even AU can become canon, because alternate universes ARE [sic] part of this fandom, so I do love to see what people come up with (mujer, 23 años, Argentina, acceso al cuestionario el 29 de noviembre de 2012 desde fringedforum.com)

Nótese el énfasis que pone esta fan autora en la caracterización de los personajes como criterio para validar el AU y hasta la misma práctica del *fan fiction*, lo que nos devuelve a la importancia que tienen los personajes en la construcción de narrativas transmedia *bottom-up* y *bottom-to-bottom*. Incluso para fans más entusiastas del universo alternativo, 'conservar la esencia' del personaje es un factor clave en su disfrute del *fanfic*

En una historia AU casi todo está permitido, puedes tomarte más licencias con los personajes y permitir que hagan algo que el canon no lo permitiría. La desventaja es precisamente esa también, que puedes tomarte tantas licencias que termines escribiendo un personaje que se llame Olivia, pero que no tenga nada que ver con ella (mujer, 42 años, España, acceso al cuestionario el 10 de diciembre de 2012 desde zonafringe.blogspot.com)

Sumario

En este capítulo se ha contestado a la pregunta de investigación “¿En qué medida se utilizan las extensiones transmedia para la creación de *fan fiction* derivado?”. Se puede afirmar que el impacto del desarrollo transmedia del texto madre en la creación de *fan fiction* es todavía mínimo a la luz de los resultados del estudio en una franquicia

como *Fringe*. Aunque los fans reconocen la existencia de expansiones oficiales que amplían el universo narrativo, al mismo tiempo cuestionan su legitimidad y no terminan de incorporarlas de forma efectiva a sus procesos de escritura, siendo la serie de televisión la única fuente válida.

Asimismo, mientras que las expansiones oficiales de *Fringe* estriban en la expansión de grandes universos narrativos el *fan fiction* como expansión no oficial es una práctica *caractercéntrica*, en la que el personaje es el elemento central sobre el que los fans materializan sus mundos posibles. Como hipotexto generador de *fanfics*, los fans optan por explotar el lado humano de la diégesis de *Fringe* siguiendo la tradición de la práctica (Jenkins, 1996; Hellekson y Busse, 2006).

CAPÍTULO 13. Lectores beta y autores

Una de las cuestiones más interesantes alumbradas por el presente estudio es la consideración de los lectores beta como una suerte de guardianes encargados de velar por la representación canónica de los personajes en el *fan fiction*. Si los aspectos en los que los betas centran su labor están directamente relacionados con el canon, no sorprende que entre las cualidades exigidas al beta modelo se encuentren poseer un gran conocimiento del mundo narrativo y ser estricto con los detalles del mismo, además de contar con una ortografía impoluta (Karpovich, 2006). Estas características apoyan y dan sentido a otras, como las necesidades del autor y la obligación de adaptarse a ellas, hacer sugerencias y críticas constructivas para mejorar el texto, o ayudar al autor en caso de bloqueo creativo

I have three regular betas, and I'll choose a particular one of them depending on what fandom I'm writing for (...) I've been writing for about 20 years now, professionally and for enjoyment, and I always, ALWAYS [sic] get something out of a discussion with my betas. It might be some little understanding about my character that doesn't make it onto the page, it just stays in my head and informs how I relate to them, or it might be something huge that propels a story I wasn't enjoying writing to another level. But it's always something (Mujer, 30 años, Australia, acceso al cuestionario el 28 de noviembre de 2012 desde cortexifans.livejournal.com).

13.1. Edición por pares

Lectores beta y autores coinciden en equiparar su relación con la del editor-escritor que se observa en el ámbito literario, aunque insisten en recalcar dos diferencias fundamentales. En primer lugar, se trata de un intercambio altruista en el que primarían los valores sociales, de construcción de una comunidad, sobre los económicos, una situación que tradicionalmente se asocia a la esfera de lo femenino (Hellekson,

2009)¹⁵³. En segundo lugar, y por esta misma razón, se trata de un vínculo que carece de la jerarquía de poder típica entre un editor-escritor profesionales, dando lugar a una dinámica entre pares, donde el beta-editor tiene, en última instancia, una capacidad de decisión mucho más limitada. Esta fan lo resume de la siguiente manera

I guess it can be compared in a way but it is not the same. In the case of beta readers the relationship develops at a different level since it is not really a business relationship. Fan fiction writing in general is a much more altruistic activity than publishing/editing a book so the relationships derived from it are based in a different social dynamic (mujer, 21 años, España, acceso al cuestionario el 23 de enero de 2013 desde fringe-forum.com)

Algunos lectores beta reconocieron haber forjado amistades con autores a través de esta actividad y hablan de las ventajas que ello supone

I think you have to have a level of trust. I've made several friends; in fact, my closest friend is a woman that beta'd my first fic, and I hers. We became writing partners & co-authored a couple of fics. We bounce ideas off each other, help each other get 'un-stuck' while writing, cheer each other on, and provide brutally honest critiques of each others' writing (mujer, 54 años, Estados Unidos, acceso al cuestionario el 02 de diciembre de 2012 desde @Fringenuity).

La estrecha colaboración que se puede llegar a establecer entre betas y autores pone en contexto el proceso de ideación de los *fanfics*. Así, los fans eligieron las conversaciones con otros compañeros dentro de las comunidades como la principal fuente de inspiración para sus historias (26,74%), seguidas de la música (24,67%), otras historias

¹⁵³ En sintonía con autoras como Scott (2009), contrarias a la mercantilización de las comunidades de fans y sus prácticas, Hellekson (2009) habla de la importancia de la *cultura del regalo* (*gift culture*) en el online *fandom*, concretamente, en aquellas áreas donde las mujeres son mayoría, como en las comunidades de *fan fiction*. Así, el *fic* es un regalo simbólico a través del cual la fan escritora dona una parte de sí misma y que, al mismo tiempo, le permite crear una comunidad donde desarrollar una agencia de la que carece en escenarios típicamente patriarcales, estructurados en torno a parámetros económicos (p. 116).

procedentes de la literatura, la cultura popular o la historia (21,49%), la propia vida personal del autor (17,76%), y el arte (9,34%).

13.2. Adquisición de competencias mediáticas, interpretativas e idiomáticas

Betas y autores perciben su labor como una actividad en continua evolución. En este escenario, no es extraño que el proceso creativo facilite la adquisición de diversas destrezas mediáticas, sobre todo en el caso de los autores. Algunos de ellos no ocultaron en sus respuestas que la práctica del *fan fiction* les estaba ayudando “inmensamente”¹⁵⁴ a mejorar su capacidad literaria con vistas a convertirse en autores profesionales algún día, ya sea por las indicaciones de sus betas como por los comentarios que los lectores dejan al final de cada capítulo publicado.

Con respecto a las competencias interpretativas adquiridas en relación con *Fringe*, un 71,7% de los autores afirmaron tener un mayor conocimiento del mundo narrativo y haber mejorado su experiencia de visionado de la serie gracias al *fan fiction*. Esto presenta una paradoja si tenemos en cuenta el relativamente escaso uso de las expansiones transmedia oficiales para escribir *fics* y la división de opiniones acerca de la canonicidad de las mismas. De este modo, se pondría en duda el binomio que asocia un mayor consumo de extensiones oficiales con un mayor grado de competencias interpretativas (Scolari, 2009a), y se abriría un interrogante hacia un modelo de adquisición en donde vías alternas impulsadas por lógicas *bottom-up* (como los CTGU) convivan en paralelo con las estructuras *top-down* dentro del contexto de la narrativa transmedia. Tal y como afirma este fan, escribir para *Fringe* ha enriquecido su experiencia

I find that it has indeed enhanced my experience of the show, mostly in terms of the plot and mythology of the series (and the Observer character concept). I have also found a greater appreciation for the science and technology aspect of the show, as well as a better understanding of narrative in general, in how stories are

¹⁵⁴ Hombre, 19 años, Canadá, acceso al cuestionario el 26 de noviembre de 2012 desde fringe-forum.com.

created (hombre, 19 años, Canadá, acceso al cuestionario el 26 de noviembre de 2012 desde fringe-forum.com)

Otros fans, en cambio, relacionan el papel central que juegan los personajes en el *fan fiction* con su disfrute del texto, así como la mejora de sus competencias interpretativas, en general, lo que revela al *fanfic* como un vehículo para establecer diferentes niveles de lectura o puertas de entrada a la diégesis de *Fringe*

I suppose, as a writer and a reader, fanfiction can really help a person understand a character better as people do tend to relate to real world scenarios when writing. Sometimes, there are themes on the show that I may not fully understand, but fanfiction can sometimes help to open my eyes to it, by looking at it from a different point of view (mujer, edad no especificada, Reino Unido, acceso al cuestionario el 27 de noviembre de 2012 desde fringefiction.livejournal.com)

It's all about the characters and writing about their inner thoughts, trying to identify with them in a very personal way. It truly enhances the viewing experience (mujer, 20 años, Estados Unidos, acceso al cuestionario el 20 de noviembre de 2012 desde fringe-olivia.livejournal.com)

Más allá de adquisición de destrezas, esta misma identificación personal con los personajes nos lleva a destacar otra de las bondades del *fan fiction* como práctica caractercéntrica, y es su cualidad como plataformas para la expresión de los deseos, sentimientos y frustraciones del fan con respecto al texto transmedia (Jenkins, 1992; Thomas, 2011)

It's just another way for me to satisfy the needs canon hasn't met (mujer, 27 años, Canadá, acceso al cuestionario el 27 de noviembre de 2012 desde fringetv-at-dw.dreamwidth.org)

Así, mientras que las expansiones oficiales de *Fringe* guían al fan desde dentro hacia afuera, desde un texto germinal a sus extensiones, el *fan fiction* como expansión no oficial es una práctica caractercéntrica, donde la construcción de sentido tiende a ser centrípeta, introspectiva, ahondando en las motivaciones de personajes y pasando por las del propio fan autor: “El *fan fiction* no sólo es un reflejo de la serie, sino de la gente que la ve y escribe sobre ella”, argumenta una fan.¹⁵⁵ O como dice otra lectora: “Son nuestras propias experiencias de vida proyectadas en las historias que creamos”¹⁵⁶

Los testimonios de autores y lectores también han permitido confirmar al *fan fiction* como un vivero para la alfabetización mediática, una cualidad aplicable a otros ejemplos de CTGU tanto de ficción (hacer un *fan vid* requiere saber editar imagen y sonido) como de no ficción (una noticia generada por el lector de un diario *online* supone conocimientos básicos de redacción periodística). De forma adicional, se ha podido comprobar el potencial específico del *fan fiction* como vehículo para el aprendizaje del inglés como segundo idioma (Black, 2005), si comparamos el alto porcentaje de hispanohablantes en el estudio con el relato de más de un lector que lamenta “los pocos escritores en español que escriben *fanfic* de calidad”¹⁵⁷ y, especialmente, de autores que confesaron “no ser capaces”¹⁵⁸ de escribir en español por haberse acostumbrado a crear en inglés, por coherencia con el tono original de *Fringe*, o por llegar a más lectores.

Sumario

A lo largo de este capítulo hemos tratado de responder a la pregunta de investigación: “¿Cuál es el impacto de la escritura y lectura de *fan fiction* en las competencias interpretativas de los fans?”. A la vista de los datos recogidos, los fans aseguran que la práctica del *fan fiction*, tanto desde el punto de vista de la lectura como de la escritura, les ayuda a mejorar su posición cognitiva con respecto al mundo ficcional planteado por *Fringe*; todo ello, a pesar de la escasa influencia que los productos derivados a la serie

¹⁵⁵ Mujer, 54 años, Estados Unidos, acceso al cuestionario el 2 de diciembre de 2012 desde @Fringenuity.

¹⁵⁶ Mujer, 32 años, Australia, acceso al cuestionario el 15 de diciembre de 2012 desde fringe-forum.com

¹⁵⁷ Mujer, 45 años, España, acceso al cuestionario el 26 de noviembre de 2012 desde zonafinge.blogspot.com.

¹⁵⁸ Mujer, 23 años, Argentina, acceso al cuestionario el 29 de noviembre de 2012 desde fringe-olivia.livejournal.com.

tiene sobre dicha práctica. De forma paralela, el *fan fiction* incide positivamente en la adquisición de destrezas mediáticas y idiomáticas que se desarrolla en un ambiente donde prima la cooperación y confianza entre los autores y unos betas encargados de velar por la aplicación de unas coordenadas canónicas mínimas en el hipertexto del fan.

VII
CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

¿Deben los *fanworks* o cualquier otro tipo de contenido transmedia generado por el usuario (CTGU) en ficción o no ficción seguir ocupando un segundo plano dentro de las investigaciones sobre narrativa transmedia? Los CTGU se presentan como un componente básico de los universos narrativos transmedia, pero tienen a ser olvidados en la agenda de los investigadores debido a su naturaleza mutante (una circunstancia que dificulta enormemente la tarea de catalogarlos) y ciertos prejuicios académicos que aún perduran al tratarse de producciones situadas al margen de los canales oficiales. Incluso dentro del mismo ámbito oficial se aprecian algunas reticencias al estudio de algunos textos transmedia en detrimento de otros. Así lo atestigua el trabajo del teórico de los *Fan Studies* Jonathan Gray (2010) sobre formatos breves y promocionales, una de las primeras (y hasta el momento, escasas) incursiones que contribuyen a ampliar el alcance de los estudios sobre narrativa transmedia.

Los CTGU, por tanto, son un gran agujero negro a lado de los siempre más detallados sistemas transmedia *top-down*. Pero si nos atrevemos a estudiarlos quizá podamos obtener una mayor comprensión de cómo se articula la narrativa transmedia y, en este sentido, cómo las interpretaciones de los usuarios/lectores/espectadores pueden tornarse en algo tan tangible que podrían acabar transformando las historias marco de las que se derivan, con el creciente consentimiento de unas industrias culturales que poco a poco van subiéndose al tren de la producción transmedia.

Partiendo de esta premisa, en esta tesis he explorado el funcionamiento del *fan fiction* como modalidad de expansión narrativa transmedia partiendo del estudio de caso de seis universos ficcionales generados en series de televisión: *Águila Roja*, *Game of Thrones*, *Infidels*, *Mistresses*, *Lost* y, muy especialmente, *Fringe*. Siguiendo una lógica inmersiva (desde los ámbitos oficiales, o *top-down*, hasta los entornos de fans, o *bottom-up/bottom-to-bottom*), esta tarea nos llevó a estudiar los contenidos que ofrece una franquicia multiplataforma para fomentar la creatividad y participación de los fans, los mecanismos específicos del *fan fiction* como texto transmedia y los efectos del desarrollo transmedia en la práctica del *fan fiction*. Cada uno de estos aspectos, que

concebimos como objetivos de la tesis, se desglosó, recordemos, en las siguientes ocho preguntas de investigación a la que hemos tratado de responder apoyándonos en una doble matriz metodológica basada en el análisis textual y en el estudio etnográfico:

- 1) *¿Cuáles son los tipos de participación implícitos en los sitios web?*
- 2) *¿Por qué se comprime la narrativa de una ficción televisiva?*
- 3) *¿En qué medida las redes sociales y la participación de los fans en estos espacios son utilizadas para expandir la narrativa de las series de televisión?*
- 4) *¿Cómo operan las estrategias narrativas transmedia en los fanworks?*
- 5) *¿Bajo qué formatos textuales se presentan los fanworks?*
- 6) *¿Existe movimiento de compresión en el fan fiction?*
- 7) *¿En qué medida se utilizan las extensiones transmedia para la creación de fan fiction derivado?*
- 8) *¿Cuál es el impacto de la escritura y lectura de fan fiction en las competencias interpretativas de los fans?*

En conjunto, las ocho preguntas han arrojado numerosos resultados que resumiremos a lo largo de este capítulo. En primer lugar, explicaremos las conclusiones directamente vinculadas a los objetivos y preguntas de investigación; en segundo, trataremos las diferentes limitaciones de este estudio; y, en tercer y último lugar, perfilaremos los hallazgos adicionales que no han podido ser explorados extensivamente, pero que, por eso mismo motivo, conforman futuras líneas de investigación ligadas a este trabajo.

Resumen de resultados

1) ¿Cuáles son los tipos de participación implícitos en los sitios web?

El análisis textual de las webs oficiales de *Águila Roja* y *Game of Thrones* en España desarrollado en el Capítulo 7 alumbró como principal novedad una tipología de modelos de participación y roles del usuario cuyo potencial de aplicación trasciende las webs de ficción televisiva para las que originalmente fueron concebidos. La consideración de los *lurkers* como un participante silente, recuperada del trabajo etnográfico de Nonnecke,

Preece y Andrews (2003) en comunidades online, permitió elaborar una lista de modelos y roles, basada a su vez en los aportes de Bittanti y Eugeni (2004), que ayudan a despejar desde un punto de vista textual la cuestión de los fans no productivos que tantas discusiones ha generado en el área de los *Fan Studies*, tal y como se revela en la revisión de la literatura. Así, el *modelo observación-rol del lurker* (el participante silente cuya presencia afecta al desarrollo del sitio), el *modelo discursivo/argumentativo-rol del tertuliano* (el usuario que da su opinión en los espacios habilitados para ello), el *modelo creativo/divulgativo-rol del creador* (el usuario que genera contenidos que expanden o comprimen la narrativa, o que ayuda a otros usuarios a acceder a ella) y el *modelo lúdico-rol del jugador* (el usuario que disfruta de las aplicaciones lúdicas del sitio) vienen a reflejar sobre la web televisiva cuatro de los cinco ámbitos que destaco en la idea de *esfera del fandom* presentada en el Capítulo 4: *consumo, discusión y argumentación, creación de contenidos transmedia y performatividad*, respectivamente. En suma, podría decirse que, a nivel teórico, esta clasificación de modelos y roles es un paso más hacia una mayor comprensión de las diferentes clases de fans, y que pueden aparecer implícitas en el texto de las webs televisivas del mismo modo que un documento puede sugerir su lector modelo (Eco, 1981), o un sistema transmedia, consumidores diversos (Dena, 2009, Scolari, 2009a). En este sentido, de esta propuesta taxonómica también se pueden desprender algunas aplicaciones prácticas como guías para la construcción de entornos virtuales que alberguen distintas necesidades adaptadas a diferentes tipos de usuario.

2) *¿Por qué se comprime la narrativa de una ficción televisiva?*

Ya durante el estudio de las webs de *Águila Roja* y *Game of Thrones* se advirtió que algunos contenidos transmedia ofrecidos en los sitios iban a contracorriente del principio de expansión narrativa que ha dominado la definición del *transmedia storytelling* (Jenkins, 2003, 2006). Uno de estos contenidos son los llamados *recaps*, resúmenes en formato texto, audiovisual o gráfico de programas televisivos que, como su nombre indica, contraen la narrativa. Por ello, en medio de un panorama multiplataforma que insiste en expandir mundos ficcionales, es pertinente preguntarse cuál es el valor añadido que alberga ‘acortar’ la narrativa. El análisis de los ejemplos de

recaps de *Infidels* y *Mistresses* (ya fueran de origen *top-down* o *bottom-up*) a lo largo del Capítulo 8 resultó esclarecedor ya que, en línea con la tradición del drama de personajes o la telenovela, se trata de productos apoyados en programas narrativos con una complejidad e interrelación ascendente que pueden establecer barreras de entrada para nuevos espectadores, en desventaja con espectadores ya familiarizados con el mundo ficcional y los personajes. El *recap*, si bien comprime la narrativa, expande el acceso (Askwith, 2007) a la misma, facilitando la adquisición de unas competencias interpretativas básicas que ayudarían al recién llegado a sumergirse en la historia y lo capacitarían para explorar el sistema de extensiones transmedia. Como hemos visto, el *recap* responde a tres principios, recuerdo, síntesis y divulgación (Scolari, Jiménez y Guerrero, 2012), de los cuales los dos últimos conectan con la necesidad de acercar el mundo narrativo a espectadores potenciales. Al mismo tiempo, la característica de recuerdo del *recap* afianzaría las competencias de los espectadores ya iniciados a la hora de desplazarse por otras extensiones transmedia del mundo narrativo.

3) ¿En qué medida las redes sociales y la participación de los fans en estos espacios son utilizadas para expandir la narrativa de las series de televisión?

Las redes sociales son una de las formas que pueden adoptar esas extensiones. En este caso, *Infidels* expandía la línea narrativa de uno de sus personajes, Arlet, a través de Facebook. El análisis en profundidad de este ejemplo en solitario me impide dar una respuesta contundente a la pregunta de investigación formulada, aunque sí puedo extraer un breve comentario tras comparar la experiencia de *Infidels* con otros proyectos posteriores implementados en plataformas similares, como *Skins* o *El Barco* (Grandío y Bonaut, 2012). El Facebook de Arlet como extensión transmedia expansiva revela un aprovechamiento desigual de las características textuales y participativas de las redes sociales para la expansión de mundos narrativos, al menos durante los primeros compases de la década de los 2010 en el panorama televisivo local. La falta de otros perfiles sociales de personajes de la serie que interactuasen con Arlet, o la inexistente conversación con los usuarios contrastan con el de los citados casos de *Skins* y *El Barco* en Twitter, cuyo desarrollo demostraba un mayor entendimiento de las plataformas sociales a la hora de expandir la historia de la serie de televisión en esos entornos.

4) *¿Cómo operan las estrategias narrativas transmedia en los fanworks?*

El Capítulo 9 es un capítulo clave dentro de esta tesis ya que en él se recoge la primera parte de los resultados de la aplicación completa de la herramienta diseñada para el análisis textual semio-narratológico (Anexo I y II). Al mismo tiempo, en esta parte de la investigación comenzamos un estudio más a fondo del ámbito de creación de contenidos transmedia dentro de la esfera del *fandom*, del que ya habíamos visto un pequeño avance durante el estudio de los *recaps*. A través de la observación de los cambios en las estructuras discursivas (tiempo, espacio y actores) y programas narrativos inscritos en 94 *fanfics* basados en *Fringe*, y su confrontación con las variedades genéricas de *fan fiction*, pude comprobar el desarrollo de dos estrategias narrativas transmedia específicas que nos obligan a modificar taxonomías de estrategias anteriores (Scolari, 2013a), matizar exhaustivas categorías narrativas de corte monomediático (Genette, 1989), y aportar un orden teórico más sólido a una serie de operaciones textuales ya identificadas por los *Fan Studies* (Jenkins, 2012). El principal resultado de este proceso son las estrategias de *conversión* y de *expansión dimensional* que se unen a las ya establecidas expansión y compresión. Con la conversión pretendo dar respuesta y unificar todas aquellas transformaciones textuales que conllevan un cambio de género entre el hipotexto y el hipertexto, y que van más allá de trasvases de textos no serios a textos no serios. Aunque la transposición paródica no es en absoluto una desconocida para el *fandom* (valgan como ejemplo las páginas de Facebook de *La Vaca de Fringe*), concretamente en la práctica del *fan fiction* son frecuentes las reescrituras en clave romántica, ya sea en su vertiente *het* o *slash*, por lo que era necesario realizar un repaso de esta cuestión. No está de más añadir que, si bien el análisis estuvo centrado en piezas de *fanfic*, estas estrategias se pueden observar en otras modalidades de *fanworks* creativos como el *fan vid*.

De forma paralela, aca-fans como Hills (2002) y Scott (2008) ya nos advierten de la fuerte dependencia que exhiben los *fics* de base canónica con respecto a la temporalidad del relato televisivo del que se derivan. Así, la expansión dimensional, una estrategia híbrida entre conversión y expansión temporal, es una consecuencia textual de los esfuerzos fallidos del llamado *just-in-time fandom* (Hills, 2002) por mantener sus

interpretaciones en los márgenes de la canonicidad el mayor tiempo posible. Los conceptos de conversión y expansión dimensional también me han permitido comprender la naturaleza dual del *fan fiction*, y por extensión de otros *fanworks*, en tanto que son obras que se mueven en el espectro del canon y el *fanon*, tomando como punto de referencia el mundo diegético oficial (*bottom-up*), o un mundo posible ideado por un fan (*bottom-to-bottom*) con el que el nuevo *fic* forma un universo compartido. Cuando se apartan de la pauta canónica esos mundos posibles constituyen universos alternativos (AUs), ya sea mediante conversiones o expansiones dimensionales, lo que a su vez implica la existencia de dos tipos o grados de AUs que he denominado universo alternativo contextualizado (CAU) o puro (PAU), dependiendo de su posición con respecto al mundo diegético original.

5) ¿Bajo qué formatos textuales se presentan los fanworks?

Los significados de las diferentes categorías (*preseries, episode tag...*) de *fanfics* puestos en relación con una modalidad comprensiva también cultivada por los fans como el *recap* instó a identificar formatos comunes entre *fanworks* implementados en distintos medios y plataformas. De este modo, en el Capítulo 10 presento una clasificación preliminar de once formatos transmedia: *precuela, secuela, intersticial, filler, reflexión, reacción, crossover, original, adaptación, recapitulación y promo*. Entre estos formatos, se escogió el *crossover* para llevar a cabo un estudio textual más detallado sobre ejemplos extraídos de *Fringe* y *Lost* que, a su vez, alumbró una serie de categorías que nos permiten clasificar este tipo de formatos definidos por la combinación de escenarios, discursos y estilos procedentes de dos o más mundos narrativos. Así, distinguimos *crossovers* basados en el medio (intramediáticos e intermediáticos), el estilo, el género (intergenéricos/intragenéricos, heterogenéricos/homogenéricos) y en el programa narrativo (simétricos y asimétricos).

6) ¿Existe movimiento de compresión en el fan fiction?

El *fan fiction* es esencialmente una modalidad de expansión narrativa. Sin embargo, de la misma manera que la narrativa transmedia presenta un doble movimiento de expansión y compresión en su lógica interna, no podemos descartar que incluso *fanworks* en apariencia expansivos como los *fic*s presenten algunos rasgos propios de una contracción textual. La aproximación cuantitativa a las estructuras de tiempo, espacio y actores de los *fic*s derivados de *Fringe* desarrollada en el Capítulo 11 evidenció ganancias y pérdidas, revelando un texto no necesariamente uniforme como se pudo apreciar en el análisis de *fanfics crossovers*, en donde los dos mundos narrativos en la mezcla no siempre aparecen representados de una forma igualitaria en el hipertexto resultante, y en las páginas de Facebook de *La Vaca de Fringe*, ejemplos de *fanfic* híbrido en los que se articula una adaptación paródica donde se descuentan elementos temporales y espaciales.

7) ¿En qué medida se utilizan las extensiones transmedia para la creación de fan fiction derivado?

El Capítulo 12 abrió la descripción de los resultados correspondientes a los métodos de etnografía digital (encuesta online, ver Anexo III, y observación participante) utilizados en esta tesis. Respondiendo a la pregunta de investigación, el efecto de la expansión de sistemas transmedia en la producción de *fan fiction* es todavía poco prometedor en vista de los datos recogidos en la comunidad de *fan fiction* de *Fringe*, y que ya se había empezado a intuir durante la fase del análisis textual en donde sólo un *fic* del corpus procedía de una extensión transmedia. De este modo, se detectó una postura resistente al desarrollo transmedia en el 54,6% de los fans que admitieron basar sus historias únicamente en la serie de televisión. A la vez, se evidenció un vivo debate en torno la ‘denominación de origen canónico’ de las extensiones narrativas oficiales con posturas que cuestionan su legitimidad (29,7%), posiciones intermedias que solicitan la voz sancionadora de los productores (37,30%), posturas favorables a su incorporación al canon sin condiciones (31,6%). Esta división de opiniones puede considerarse reveladora de una problemática recurrente en el seno de los *fandoms* a lo largo de su

historia como es la delimitación del canon (Jenkins, 1992; Busse y Hellekson, 2006) al mismo tiempo que evidencia un fortalecimiento de la autoridad de los productores sobre el texto transmedia (Scott, 2008).

8) *¿Cuál es el impacto de la escritura y lectura de fan fiction en las competencias interpretativas de los fans?*

A pesar del papel desigual que las que las extensiones transmedia tienen en la escritura de *fan fiction*, un 71,7% de los fans autores reconoció que la práctica del *fan fiction* les había ayudado a la hora de aumentar sus conocimientos y, por tanto, a mejorar sus competencias interpretativas acerca del mundo diegético de *Fringe*. Esta afirmación se vio refrendada en las respuestas a las preguntas abiertas tanto por autores como lectores, y subraya la condición del *fan fiction* como *práctica caractercéntrica* en la que el personaje, al igual que sucedía en las franquicias multiplataforma de la primera mitad del siglo XX (Bertetti, 2014), es el elemento central sobre el que los autores construyen sus mundos posibles, exploran sus propios pensamientos, y sobre el que lectores betas (y lectores comunes) evalúan la calidad de un *fic*, como se ha podido observar en los testimonios destacados a lo largo de los Capítulos 12 y 13. La reticencia a utilizar las extensiones transmedia en la creación de *fan fiction* unida al aumento de competencias interpretativas declarado por los autores y lectores replantea de alguna forma la idea de que un mayor consumo de extensiones oficiales implica una mejora de la posición cognitiva (Scolari, 2009a), y abre la puerta para imaginar modelos de adquisición de competencias basados en lógicas no oficiales que convivan con modelos oficiales dentro del ecosistema transmedia.

Limitaciones

Esta tesis no está exenta de limitaciones. En primer lugar, puedo destacar una clara traba a nivel estructural, y es la multiplicación de objetivos y preguntas de investigación poco habitual en una tesis en formato monográfico donde normalmente se desarrolla una argumentación alrededor de un objetivo y unas pocas preguntas derivadas. La razón se encuentra en el hecho de que este trabajo se diseñó originalmente como una tesis por

compendio de cuatro artículos, de los cuales tres ya han sido publicados. Cada uno de ellos estaba orientado a dar respuesta a un objetivo vinculado con la práctica del *fan fiction* en el contexto de las narrativas transmedia originadas en series de televisión, de ahí que ese sea el hilo conductor de la investigación que he presentado a lo largo de estas páginas. Consciente de que ciertas partes de la tesis, concretamente el Bloque IV, no parecen guardar demasiada relación con el tema central me he esforzado en articular un discurso que traslade al lector de la periferia de los contenidos transmedia generados por los fans en franquicias transmedia a ámbitos más claramente dominados por la lógica del *fandom*, dentro de los cuales dedico un análisis exhaustivo al *fan fiction*.

Con respecto a las series de televisión que constituyen los estudios de caso, la investigación vuelve a mostrar un aspecto heterogéneo debido a esa correlación inicial entre objetivos y artículos que se aplicó también a los casos. Entiendo que el trabajo se habría beneficiado de una mayor cohesión de haber investigado todos los objetivos a partir de un único caso de estudio. Pero, al mismo tiempo, considero que se habrían perdido algunos matices referidos a la expansión transmedia de las series locales que difícilmente podrían haberse apreciado si hubiera enfocado toda la investigación al estudio de *Fringe*, una franquicia transmedia global y consolidada. Sí es justo reconocer, no obstante, que el análisis de las piezas de *fan fiction* así como el estudio de las comunidades se podría haber reforzado con un estudio comparativo entre los *fics* derivados de *Fringe* y, como mínimo, otro mundo narrativo a fin de identificar posibles divergencias entre *fandoms* a la hora de producir *fan fiction*.

Desde el punto de vista de la metodología, es conveniente realizar algunas observaciones. En sintonía con lo que acabo de mencionar, la muestra de 94 *fics* solo se puede considerar representativa del mundo diegético de *Fringe*. Una aplicación futura de la herramienta metodológica integradora de aportes de la semiótica narrativa, narratología y semiótica interpretativa exigiría la adición de ejemplos de *fics* de otras franquicias para lograr una comprensión más precisa de la fidelidad al canon y las prioridades temáticas entre las diferentes comunidades de *fan fiction*. Con todo, la tabla aplicada a los *fics* de *Fringe* ha permitido catalogar unas estrategias narrativas transmedia comunes a los *fanworks* que dotan al análisis textual de los CTGU de un

punto de partida y refuerzan la posición del análisis textual como una metodología válida para el estudio de los *fanworks*.

Una apreciación similar se puede hacer acerca del estudio etnográfico presentado en esta tesis. Sería pertinente realizar un análisis transversal de varias comunidades a fin de localizar posibles tradiciones y rutinas propias, valorar efectos de la calidad del texto base en el volumen producción de *fanfic* como otras posibles perspectivas referentes al uso de las extensiones transmedia en el *fan fiction*, y la consideración canónica de las mismas. En este sentido, los resultados que se desprenden del estudio de la comunidad de *Fringe* ofrecen una mirada introductoria, pero en absoluto definitiva de estos aspectos del *fandom* en el contexto de la transmedialidad. Y aunque la observación participante y la encuesta online han permitido contestar de forma concreta a las preguntas de la investigación, y a algunas de mis propias asunciones como lectora de *fanfic*, lamentablemente no han servido para abordar cuestiones vinculadas a la misma mecánica de adquisición de competencias interpretativas, es decir, cómo se lleva a cabo el aprendizaje entre autores y lectores beta. Esta tarea requeriría un seguimiento de la producción de *fics* en tiempo real que, a su vez, implicaría la realización de entrevistas en profundidad con betas y autores.

Futuras direcciones

Como he sugerido al principio de este capítulo de conclusiones, la investigación ha alumbrado una serie de resultados que van más allá de los objetivos perseguidos y que sólo hemos podido abordar de forma sucinta pero que, por su relevancia, merecen un tratamiento más amplio en el futuro. Algunas de estas pistas para futuras líneas de estudio de los CTGU de ficción ya han sido mencionadas en el apartado de limitaciones, aunque se pueden destacar otros temas emergentes, de carácter oficial y no oficial, que relataremos a continuación.

En el Capítulo 8 pudimos observar cómo el cese de las actualizaciones en el Facebook de Arlet dejaba entrever un fenómeno que dimos en llamar la *muerte de la extensión transmedia*: el abandono de una extensión una vez finalizada la historia en el medio que

origina el sistema transmedia. A medida que los modos de producción de las industrias culturales se van transmedializando, es importante preguntarse hasta qué punto la narrativa implementada en diferentes medios y plataformas es sinónimo de una ‘segunda vida’ para las franquicias de ficción, y cuáles son los intereses comerciales que determinan la continuidad de las extensiones en el tiempo. Tras más de una década desde la acuñación del término (Jenkins, 2003), las investigaciones en narrativa transmedia deberían empezar a adoptar un enfoque retrospectivo centrado en proyectos ya acabados de los que se puedan extraer conclusiones valiosas con vistas a futuros diseños transmedia.

Fuera del ámbito oficial, otro de los hallazgos más interesantes es la constatación de una narrativa transmedia *bottom-to-bottom*. El ejemplo del *fic Love on a Train* basado en *Skins* y su *fancomic* es sólo una muestra de las ‘reinterpretaciones de reinterpretaciones’ en clave transmedia acometidas en el epicentro de los *fandoms*, y que presentan un área de estudio esperando a ser explorada desde la lente de las investigaciones de narrativa transmedia y los *Fan Studies*. Dentro de este marco, y al igual que la transmedialidad *top-down* presupone la existencia de una autoridad en forma de productor, cabría preguntarse en qué grado se reproduce esta lógica dentro de un *fandom* que internamente también está sujeto al establecimiento de jerarquías (McCudden, 2011). En esta línea, la admisión de lectores betas y autores de una edición a pares de los *fics* abre algunos interrogantes que podrían arrojar más luz al debate sobre las dinámicas de autoridad y la jerarquía en las comunidades de fans.

En esta tesis he propuesto una clasificación preliminar de once formatos de *fanwork* transmedia, de los cuales he explorado el *recap* y el *crossover*, pero se trata solo de una primera incursión que naturalmente precisa de un mayor desarrollo. No solo por la posibilidad (siempre presente en un ecología mediática en constante cambio) de que surjan nuevos formatos de *fanworks*, sino porque la tipología identificada es lo suficientemente fértil como para alimentar un importante cuerpo de trabajo centrado en el estudio de los formatos transmedia. A propósito de las transformaciones del actual panorama de medio, no podemos olvidar la realidad avistada en las páginas de Facebook de *La Vaca de Fringe*, testimonio de un proceso de hibridación *in-fandom*,

impulsado por la proliferación de las aplicaciones de software de usuario, que desdibujan las fronteras entre las modalidades creativas cultivadas por los fans y abren otro interés de estudio en el área de los *fanworks*.

Aparte de adquirir competencias para interpretar un universo narrativo transmedia, los resultados de la investigación apuntaron a otra consecuencia beneficiosa de la práctica del *fan fiction*. Más allá de la producción de narrativas de ficción o no ficción, en los últimos años la transmedialidad ha generado nuevas discusiones en lo que concierne a sus aplicaciones en el ámbito de la educación (Alper y Herr-Stephenson, 2013), en busca de formas alternativas de enseñanza y aprendizaje que conecten con unos jóvenes acostumbrados a la multiplicidad de pantallas y, motivados por sus aficiones, a navegar por una Web impulsada por una inteligencia colectiva que se disfraza de profesor particular. Es en este escenario de alfabetización transmedia (*transmedia literacy*) donde la práctica del *fan fiction* se postula como un vehículo para pulir destrezas mediáticas, como la escritura de textos creativos (Burns y Webber, 2009; Abad Ruiz, 2011) Por su parte, autoras como Black (2005, 2010) ya han resaltado el impacto positivo del *fan fiction* en la mejora de la expresión escrita de los estudiantes de inglés como segundo idioma. La obtención de competencias mediáticas e idiomáticas configura, por tanto, un terreno fecundo para seguir explorando las intersecciones entre los estudios sobre narrativa transmedia y los *Fan Studies*.

REFERENCIAS

Abad Ruiz, B. (2011). Fanfiction: Fomento de la escritura creativa a través de las formas de literatura emergentes. *Tonos Digital: Revista de Estudios Filológicos*, 21. Recuperado el 08 de octubre de 2015, de:

<http://www.tonosdigital.es/ojstest/index.php/tonos/article/viewArticle/657>

Abercrombie, N. & Longhurst, B. (1998) *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*, Londres: Sage.

Adami, E. (2012). The rhetoric of the implicit and the politics of representation in the age of copy-and-paste. *Learning, Media and Technology*, 37(2). DOI:

<http://dx.doi.org/10.1080/17439884.2011.641567>

Álvarez Berciano, R. (2012). Tensiones de la narrativa serial en el nuevo sistema mediático. *Anàlisi Monogràfic: Audiovisual 2.0*, 33-47. Recuperado el 10 de agosto de 2014, de:

<http://www.analisi.cat/index.php/analisi/article/view/m2012-alvarez/m2012-alvarez>

Andreeva, N. (8 de enero de 2012). Kevin Reilly On The Future Of 'House', Terra Nova', And' Fringe'; No 'Glee' Spinoff: TCA. Recuperado el 15 de enero de 2015, de:

<http://deadline.com/2012/01/foxs-kevin-reilly-on-the-future-of-house-terra-nova-no-gee-spinoff-211479/>

Ang, I. (1985). *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination*. Londres: Routledge.

Ardèvol, E, Bertrán, M., Callén, B., Pérez, C. (2003). Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. *Atenea Digital*, 3, 72-92.

Bacon-Smith, C. (1992). *Enterprising women: Television fandom and the creation of popular myth*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press.

Askwith, I. (2007). *Television 2.0: Reconceptualizing TV as an Engagement Medium*. Tesis de máster, Massachusetts Institute of Technology, Estados Unidos. Recuperado el 01 de agosto de 2015, de: <http://cms.mit.edu/research/theses/IvanAskwith2007.pdf>

Bal, M. (1987). *Teoría de la narrativa (Una Introducción a la Narratología)*. Madrid: Cátedra.

Baym, N. K. (2000). *Tune in, log on: soaps, fandom and online community*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Bechmann Petersen, A. (2006). Internet and cross media productions: Case studies in two major Danish media organizations. *Australian Journal of Emerging Technologies and Society*, 4(2), 94-107.

Beckett, S.L. (2008). *Crossover Fiction. Global and Historical Perspectives*. Nueva York. Routledge.

Beddows, E. (2012). *Consuming Transmedia: how audiences engage with narrative across multiple story modes*. Tesis doctoral, Swinburne University of Technology, Australia.

Beirne, R. (2004). Queering the Slayer-text. Reading possibilities in Buffy the Vampire Slayer. *Refractory: A Journal of Entertainment Media*, 5. Recuperado el 01 de agosto de 2015, de <http://hdl.handle.net/1959.13/803384>

Belsunces Gonçaves, A. (2011). *Producción, consumo y prácticas culturales en torno a los nuevos media en la cultura de la convergencia: el caso de Fringe como narración transmedia y lúdica*. Tesis de máster, Universitat Oberta de Catalunya, España

Belsunces Gonçalves, A. (2013). Los misterios piden participación. Fringe como punto de partida y encuentro para la transmedialidad, el juego y la participación de los fans. En A. Roig, Aranda, D. & Sánchez-Navarro, J. (Eds.), *Fanáticos: La cultura fan*. (pp.337-365). Barcelona: UOC Press.

Bittanti, M. & Eugeni, R. (2004). Sim-biosis. Di-simulando *The Sims*. En C. A. Scolari & R. Del Villar (Coords.), *DeSignis 5: Corpus Digitalis. Semióticas del mundo digital* (pp. 85-96). Barcelona, España: Gedisa.

Black, R. W. (2005). Access and affiliation: The literacy and composition practices of English-language learners in an online community. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 49(2), 118-128. DOI: <http://dx.doi.org/10.1598/JAAL.49.2.4>

Black, R.W. (2010). Online Fan Fiction and Critical Media Literacy. *Journal of Computing in Teaching Education*, 26(2), 75-80. Recuperado el 12 de agosto de 2015, de: <http://eric.ed.gov/?id=EJ907122>

Bolter, J. D. & Grusin, R. (1999). *Remediation: understanding new media*. Cambridge, MA: MIT Press.

Booth, P. (2011). Memories, Temporalities, Fictions: Temporal Displacement in Contemporary Television. *Television & New Media*, 12(4), 370-388. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1527476410392806>

Booth, P. (2013). Augmenting fan/academic discourse: New directions in fan research. *Journal of Fandom Studies*, 1(2), 119–137.

Boumans, J. (2004). *Cross-media, e-content report 8, ACTeN — Anticipating content technology needs*.

Bowrey, K. (2011). The New Intellectual Property: Celebrity, Fans and the Properties of the Entertainment Franchise, *Griffith Law Review*, 20(1), 188-220.

Brooker, W. (2001). Living on Dawson's Creek. Teen viewers, cultural convergence, and television overflow. *International Journal of Cultural Studies*, 4(4), 456-472. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/136787790100400406>

Brown, J.A. (1997). Comic book fandom and cultural capital. *Journal of Popular Culture*, 30(4), 13-31.

Burns, E. & Webber, E. (1 de agosto de 2009). When Harry Met Bella: Fan Fiction is All the Rage. But is it Plagiarism? Or the Perfect Thing to Encourage Young Writers. *School Library Journal*. Recuperado el 08 de octubre de 2015, de: <http://www.slj.com/2009/08/sljarchives/when-harry-met-bella-fanfiction-is-all-the-rage-but-is-it-plagiarism-or-the-perfect-thing-to-encourage-young-writers/>

Busse, K. & Hellekson, K. (2006). Introduction. En K. Hellekson & K. Busse (Eds.), *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: new essays*. (pp. 5-32). Jefferson, NC: McFarland.

Buckner, B. & Rutledge, P. (2011). Transmedia storytelling for marketing and branding: It is not Entertainment. It is survival. *International Marketing Association*. Recuperado el 8 de diciembre de 2014, de: <http://athinklab.com/wp-content/uploads/2011/04/2011-03-IMA-Published-Piece-TS.pdf>

Chatman, S. (1990). *Historia y discurso. La estructura narrativa en la novela y el cine*. Madrid: Taurus.

Castells, M. (2001). *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona, España: Areté.

Clarke, M.J. (2009). Lost and Mastermind Narration. *Television and New Media*, 11(2), 123-142. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1527476409344435>

Clarke, M.J. (2013). *Transmedia television: New trends in network serial production*. Nueva York: Bloomsbury.

Clarke Stuart, S. (2011). *Into the looking glass: Exploring the worlds of Fringe*. Toronto: ECW Press.

Cochran, T.R. Ginn, S., Zinder, P. (2014). *The Multiple Worlds of Fringe: Essays on the J.J. Abrams Science Fiction Series*. Jefferson, NC: McFarland.

Cochran, T.R. (2014). Paratextual Mediation: Fox, Fandom and Death-Slot Fridays. En T.R. Cochran, S. Ginn & P. Zinder, *The Multiple Worlds of Fringe: Essays on the J.J. Abrams Science Fiction Series*, (pp. 225-242). Jefferson, NC: McFarland.

Coppa. F. (2006). A Brief History of Media Fandom. En K. Hellekson & K. Busse (Eds.), *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*. (pp. 41–59). Jefferson, NC: McFarland.

Costa Sánchez, C., Piñeiro Otero, T. (2012). Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de *Águila Roja* (RTVE). *Icono 14*, 10(2), 102-125. Recuperado el 26 de enero de 2015, de:

<http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/156>

Costello, V. & Moore, B. (2007). Cultural outlaws: An examination of audience activity and online television fandom. *Television & New Media*, 8(2), 281-143. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1527476406299112>

Couldry, N. (2011). More sociology, more culture, more politics. *Cultural Studies*, 25(4/5), 487-501. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/09502386.2011.600528>

Davidson, D. (2010). *Cross-media communications: and introduction to the art of creating integrated media experiences*. Pittsburgh, PA: ECT Press. Recuperado el 21 de marzo de 2015, de: <http://repository.cmu.edu/etcpres/6>

De Kosnik, A. (2013). Interrogating Fan Labor. En H. Jenkins, S. Ford & J. Green (Eds.), *Spreadable Media*. New York: NYU Press. Recuperado el 19 de abril de 2015, de: <http://spreadablemedia.org/essays/kosnik>

Dena, C. (2004a). Current State of Cross Media Storytelling: Preliminary observations for future design, *Proceedings of Crossmedia communication in the dynamic knowledge society networking session 2004. European Information Society Technologies (IST) Event 2004: Participate in your future*. Holanda, 15 de noviembre.

Dena, C. (2004b) Towards a Poetics of Multi-Channel Storytelling. *Proceedings of Critical Animals postgraduate conference*. This Is Not Art Festival. Newcastle, Reino Unido, 1 de octubre.

Dena, C. (4 de septiembre de 2008). Techniques for Segmenting Content Across Media. *Christy's Corner of the Universe*. Recuperado el 4 de mayo de 2011, de: <http://www.christydena.com/2008/09/techniques-for-segmenting-content-across-media/>

Dena, C. (2009). *Transmedia practice: theorising the practice of expressing a fictional world across distinct media and environments*. Tesis doctoral, University of Sydney, Australia.

Denzin, N.K. & Lincoln, Y.S. (Eds.). (2011). *The Sage Handbook of Qualitative Research (4th Edition)*. Londres: Sage.

Derecho, A. (2006). Archontic Literature. A Definition, a History, and Several Theories of Fan Fiction. En K. Hellekson & K. Busse (Eds.), *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: new essays*. (pp. 61-78). Jefferson, NC: McFarland.

Dhaenens, F.; Van Bauwel, S.; Biltereyst, D. (2008), Slashing the Fiction of Queer Theory: Slash Fiction, Queer Reading and Transgressing the Boundaries of Screen Studies, Representations and Audiences. *Journal of Communication Inquiry*, 32(4), 335-347. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/0196859908321508>

- Dolezel, L. (1999). *Heterocósmica: ficción y mundos posibles*. Madrid: Arco Libros.
- Eco, U. (1981). *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*. Barcelona: Editorial Lumen.
- Eco, U. (1986) *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen
- Eco, U. (1992). *Los límites de la interpretación*. Barcelona: Editorial Lumen.
- Ehrenreich, B., Hess, E. & Jacobs, G. (1992). Beatlemania: Girls Just Want to Have Fun. En L. Lewis (Ed.), *The adoring audience* (pp. 84-106). Nueva York, NY: Routledge.
- Everett, A. (2015). Scandalicious. *The Black Scholar: Journal of Black Studies and Research*, 45(1), 34-43.
- Evans, A. & Stasi, M. (2014). Desperately seeking methodology: New directions in fan studies research. *Participations: Journal of Audience and Reception Studies*, 11(2). Recuperado el 15 de junio de 2015, de:
<http://www.participations.org/Volume%2011/Issue%202/2.pdf>
- Emerson, R., Fretz, R. & Shaw, L. 1995. *Writing ethnographic fieldnotes*. Chicago: University of Chicago Press.
- Estalella, A. & Ardèvol, E. (2004). Ética de campo: hacia una ética situada para la investigación etnográfica de internet. *Forum: Qualitative Social Research*, 8(3).
- Evans, E. (2011). *Transmedia Television. Audiences, New Media and Daily Life*. Nueva York: Routledge.
- Fernández Bueno, M. (2002). *El pasado literario en la obra de Christoph Hein*. Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid.

- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. London: Routledge.
- Fiske, J. (1992). The cultural economy of fandom. En L. Lewis (Ed.), *The adoring audience* (pp. 30-49). Nueva York, NY: Routledge.
- Floch, J. M. (1985). *Petites Mythologies De L'Oeil Et De L'Esprit: Pour Une Semiotique Plastique*. Paris: Hades.
- Ford, S. (2007a). Transmedia Journalism: A Story-Based Approach to Convergence. *Convergence Culture Consortium*.
- Ford, S. (2 de mayo de 2007b). Immersive Story-Worlds Part One. *Confessions of an Aca-Fan: The Official Weblog of Henry Jenkins*. Recuperado el 14 de Julio de 2015, de: http://henryjenkins.org/2007/05/immersive_story_worlds.html
- García Carrizo, J. & Heredero Díaz, O. (2014). Propuesta de un modelo genérico de análisis de la estructura de las narrativas transmedia. *Icono 14*, 13(2), 260-285. Recuperado el 18 de agosto de 2015, de: <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/745/535>
- Genette, G. (1989). *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Madrid: Taurus.
- Gifreu, A. (2013). *El Documental interactiu com a nou gènere audiovisual: estudi de l'aparició del nou gènere, aproximació a la seva definició i proposta de taxonomia i d'un model d'anàlisi a efectes d'avaluació, disseny i producció*. Tesis doctoral, Universitat Pompeu Fabra, España.
- Gómez, J. (2007). *Futures of Entertainment 2 Conference*. Massachusetts Institute of Technology. Cambridge, MA, Estados Unidos, 17 de noviembre.
- Gómez Vargas, H. (2011). Fans, jóvenes y audiencias en tiempos de la cultura de la convergencia de medios. A dos décadas de Textual Poachers, de Henry Jenkins. *Razón y Palabra*, 75, 1-39.

Grandío, M. M. (2009), *Audiencia, fenómeno fan y ficción televisiva. El caso de Friends*. Buenos Aires: Libros en Red.

Grandío, M. M. & Bonaut, J. (2012). Transmedia audiences and television fiction: A comparative approach between *Skins* (UK) and *El Barco* (Spain). *Participations*, 9(2), 558-574. Recuperado el 10 de agosto de 2014, de:

<http://www.participations.org/Volume%209/Issue%202/30%20Grandio%20Bonaut.pdf>

Graves, M. (2011). *Lost in a Transmedia Storytelling Franchise: Rethinking Transmedia Engagement*. Tesis doctoral, University of Kansas, Estados Unidos.

Gray, J. (2010). *Show Sold Separately. Promos, spoilers, and other media paratexts*. New York. University Press.

Gray, J. & Mittell, J. (2007). Speculation on Spoilers: Lost Fandom, Narrative Consumption and Rethinking Textuality. *Participations*, 4(1). Recuperado el 15 de agosto de 2014, de:

http://www.participations.org/Volume%204/Issue%201/4_01_graymittell.htm

Gray, J., Sandvoss, C. & Harrington, C. L. (Eds.). (2007). *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. Nueva York, NY: New York University Press.

Grazier, K.R (2011). *Fringe Science: Parallel Universes, White Tulips and Mad Scientists*. Dallas, TX: Smart Pop/Ben/Bella Books.

Greimas, A. J. & Courtés, J. (1982). *Semiotics and language: an analytic dictionary*. Bloomington (IN): Indiana University Press.

Grishakova, M. & Ryan M.L. (2010). *Intermediality and Storytelling*. Berlin: De Gruyter.

Grossberg, L. (1992). Is there a fan in the house? The affective sensibility of fandom. En L.A. Lewis (Ed.), *The adoring audience* (pp. 50-65). Nueva York, NY: Routledge.

Gwenllian Jones, S. (2002). The sex lives of cult television characters. *Screen*, 4, 79-90.

Hardy, J. (2011). Mapping commercial intertextuality: HBO's True Blood, *Convergence*, 17(1), 7-17. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1354856510383359>

Helford, E.R. (2000). Feminism, Queer Studies and the Sexual Politics of Xena: Warrior Princess. En E.R. Helford (Ed.), *Fantasy Girls: Gender in the New Universe of Science Fiction and Fantasy Television* (pp. 136-162). Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers.

Hellekson, K. (2009). A Fannish Field of Value: Online Fan Gift Culture. *Cinema Journal*, 48(4), 113-118. DOI: <http://dx.doi.org/10.1353/cj.0.0140>

Hernández Pérez, M. & Grandío, M. M. (2011). Narrativa crossmedia en el discurso de ciencia ficción. Estudio de Battlestar Galactica (2003-2010). *Área Abierta*, 28, 1-20. Recuperado el 12 de agosto de 2011, de: <http://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/ARAB1111130004A/4031>

Hernández-García, P., Ruiz-Muñoz, M. J. & Simelio Solá, N. (2013). Propuesta metodológica para el análisis de la ficción televisiva 2.0. *Palabra Clave*, 16(2), 449-469. Recuperado el 8 de diciembre de 2014, de: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/2588>

Higgins, D. (1966). Intermedia. *Something else newsletter*, 1(1), 1-6. Recuperado el 15 de agosto de 2015, de: <http://es.scribd.com/doc/162826105/Dick-Higgins-1966-Intermedia#scribd>

Hills, M. (2002). *Fan cultures*. Londres: Routledge.

Hills, M. (2012). *Torchwood's trans-transmedia: Media tie-ins and brand 'fanagement'*. *Participations, Journal of Audience and Reception Studies*, 9(2), 409-428. Recuperado el 15 de enero de 2015, de:

<http://www.participations.org/Volume%209/Issue%202/23%20Hills.pdf>

Hills, M. (2013). Fiske's textual productivity and digital fandom: Web 2.0 democratization versus fan distinction. *Participations. Journal of Audience and Reception Studies*, 10(1), 130-153. Recuperado el 16 de abril de 2015, de:

<http://www.participations.org/Volume%2010/Issue%201/9%20Hills%2010.1.pdf>

Isaakson, M. (2010). Buffy/Faith Adult Femlash: Queer Porn with a Plot. *The Online International Journal of Buffy Studies*, 28. Recuperado el 01 de agosto de 2015, de:

<http://www.whedonstudies.tv/uploads/2/6/2/8/26288593/isaksson.pdf>

Jeffrey-Poulter, Stephen. (2001). Creating and Producing Digital Content across Multiple

Platforms. *Journal of Media Production*, 155–163. DOI:

<http://dx.doi.org/10.1386/jmpr.3.3.155>

Jenkins, H. (1992a). *Textual poachers: television fans and participatory culture*. Londres: Routledge.

Jenkins, H. (1992b). Strangers No More, We Sing: Filking and the Social Construction of the Science Fiction. En L.A. Lewis (Ed.), *The adoring audience* (pp. 208-236). Nueva York, NY: Routledge.

Jenkins, H. (15 de enero de 2003). Transmedia storytelling: Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. *Technology Review*. Recuperado el 01 de agosto de 2015, de:

<http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>

Jenkins, H. (2006a). *Convergence culture: Where new and old media collide*. New York: New York University Press.

Jenkins, H. (2006b). *Fans, bloggers, and gamers: Exploring participatory culture*. New York: New York University Press.

Jenkins, H. (22 de marzo de 2007). Transmedia storytelling 101. *Confessions o fan Aca-Fan: The Oficial Weblog of Henry Jenkins*. Recuperado el 01 de agosto de 2015, de: http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html

Jenkins, H. (12 de diciembre de 2009a). The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (Well, Two Actually. Five More on Friday. *Confessions o fan Aca-Fan: The Oficial Weblog of Henry Jenkins*. Recuperado el 01 de agosto de 2015, de:

http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html

Jenkins, H. (12 de diciembre de 2009b). The Revenge of the Origami Unicorn: The Remaining Four Principles of Transmedia Storytelling. *Confessions o fan Aca-Fan: The Oficial Weblog of Henry Jenkins*. Recuperado el 01 de agosto de 2015, de: http://henryjenkins.org/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html

Jenkins, H., Ford, S. & Green, J. (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. Nueva York y Londres: New York University Press.

Jenson, J. (1992). Fandom as pathology: the consequences of characterization. En L.A. Lewis (Ed.), *The adoring audience* (pp. 9-29). Nueva York, NY: Routledge.

Jung, S. (2004). Queering popular culture: Female spectators and the appeal of writing slash fan fiction. *Gender Forum Gender Queeries*, 8. Recuperado el 01 de agosto de 2015, de: <http://www.genderforum.org/fileadmin/archiv/genderforum/queer/jung.html>

Kaplan, D. (2006). Construction of Fan Fiction Character Through Narrative. En Hellekson, K. & Busse, K. (Eds.), *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: new essays*, (pp. 135-152). Jefferson, NC: McFarland.

Karpovich, A.I. (2006). The Audience as Editor. En Hellekson, K. & Busse, K. (Eds.), *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: new essays*, (pp. 171-188). Jefferson, NC: McFarland.

Keft-Kennedy, V. (2008). Fantasising Masculinity in Buffyverse Slash Fiction: Sexuality, Violence, and the Vampire. *Nordic Journal of English Studies*, 7(1), 49-80. Recuperado el 01 de agosto de 2015, de:

<http://ub016045.ub.gu.se/ojs/index.php/njes/article/viewFile/119/123>

Kinder, M. (1991). *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley, CA: University of California Press.

Knobel, M. & Lankshear, C. (2008). Remix: The Art and Craft of Endless Hybridization. *Journal of Adolescent and Adult Literacy*, 52(1), 22-33. DOI: <http://dx.doi.org/10.1598/JAAL.52.1.3>

Klastrup, L. & Tosca, S. (2004). Transmedial Worlds: Rethinking Cyberworld Design. *Proceedings of the International Conference on Cyberworlds 2004, IEEE Computer Society*. Los Alamitos, CA.

Kollock, P. & Smith, M. (1996). Managing the virtual commons: Cooperation and conflict in computer communities. En S. Herring (Ed.), *Computer mediated communication: Linguistic, social and crosscultural perspectives*. Amsterdam: John Benjamins.

Kozinets, R.V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Londres: Sage.

Kress, G. & Van Lauween, T. (2001). *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. Londres: Arnold.

Kristeva, J. (1978). *Semiótica, Vol. 1*. Madrid: Espiral Fundamentos.

Lasswell, H. (1971 [1927]). *Propaganda Technique in the World War*. Cambridge, MA: MIT Press.

Lachney, M. (2012). Students as Fans: Student Fandom as a Means to Facilitate New Media Literacy in Public Middle Schools. En Larsen, K. & Zubernis, L. (Eds.), *Fan Culture: Theory/Practice*. (pp. 188–207). Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Press.

Lavery, D. (2009). Lost and Long-term Television Narrative. En P. Harrigan & N. Wardrip-Fruin (Eds.), *Third Person. Authoring and Exploring Vast Narratives*. Cambridge, MA: The MIT Press.

Lessig, L. (2008). *Remix. Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. Nueva York: The Penguin Press.

Levin Russo, J. User-Penetrated Content: Fan Video in the Age of Convergence. *Cinema Journal*, 48(4), 125-130. DOI: <http://dx.doi.org/10.1353/cj.0.0147>

Levin Russo, J. & Coppa, F. (2012). Fan/Remix Video (A Remix). *Transformative Works and Cultures*, 9. DOI: <doi:10.3983/twc.2012.0431>

Long, G. (2007). *Transmedia storytelling. Business, aesthetics and production at the Jim Henson Company*. Tesis de máster, Massachusetts Institute of Technology, Estados Unidos. Recuperado el 02 de agosto de 2015, de: <http://cms.mit.edu/research/theses/GeoffreyLong2007.pdf>

Manovich, L. (2007). What comes after Remix? *Manovich.net*. Recuperado el 31 de marzo de 2015 de: <http://manovich.net/index.php/projects/what-comes-after-remix>

Manovich, L. (2013). *Software Takes Command* (Open Access Editon). Nueva York: Bloomsbury Publishing. Recuperado el 27 de diciembre de 2013, de: http://issuu.com/bloomsburypublishing/docs/9781623566722_web

Markham, A.N. & Baym, N.K. (Eds.). (2009). *Internet Inquiry: Conversations about Method*. Londres: Sage.

Marshall, P.D. (2002). The new intertextual commodity. En Harries, D. (Ed.), *The New Media Book* (pp. 69-82). Londres: British Film Institute Publishing

Marshall, P.D. (2004). *New Media Cultures*. Londres: Arnold.

Marwick, A., Gray, M.L., Ananny, M. (2014). “Dolphins Are Just Gay Sharks”: Glee and the Queer Case of Transmedia As Text and Object. *Television and New Media*, 15(7), 627-647. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1527476413478493>

Mason, B. (1999). Issues in virtual ethnography. En K. Buckner (Ed.), *Proceedings of Esprit i3 Workshop: Ethnographic studies in real and virtual environments. Inhabited information spaces and connected communities conference*. Edimburgo: Queen Margaret College.

Martens, M. (2011). Transmedia Teens: Affect, inmaterial labor and user generated content. *Convergence*, 17(1), 49-68. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1354856510383363>

McCudden, M.L. (2001). *Degrees of Fandom: Authenticity & Hierarchy in the Age of Media Convergence*. Tesis doctoral, University of Kansas, Estados Unidos.

McGonigal, J. (2004). *Alternate Reality Gaming*. Game Studies/Game Design, University of California.

Mittell, J. (23 de octubre de 2007). Lost in a Great Store. Just TV. Recuperado el 10 de septiembre de 2015, de: <https://justtv.wordpress.com/2007/10/23/lost-in-a-great-story/>

Mittell, J. (2009a). Sites of participation. Wiki fandom and the case of Lostpedia. *Journal of Transformative Works*, 3. Recuperado el 10 de agosto de 2015, de: <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/118/117>

Mittell, J. (29 de febrero de 2009b). To Spread or To Drill. Just TV. Recuperado el 10 de septiembre de 2015, de: <https://justtv.wordpress.com/2009/02/25/to-spread-or-to-drill/>

Mittell, J. (2012–2013). Complex TV: The poetics of contemporary television storytelling, pre-publication edition. MediaCommon Press. Recuperado el 07 de julio de 2014, de: <http://mcpres.media-commons.org/complextelevision/>

Menon, S. (2007). A Participation Observation Analysis on the *Once & Again* Message Bulletin Boards. *Television and New Media*, 8(4). DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1527476407306621>

Montola, M. (2009). Games and Pervasive Games. En M. Montola, J. Stenros & A. Waern. *Pervasive Games: Theory and Design*, ed. (pp.7-23). San Francisco, CA: San Francisco: Elsevier Science & Technology.

Montoya, D. F., Vázquez Arias, M. & Salinas Arboleda, H. (2013). Sistemas intertextuales transmedia: exploraciones conceptuales y aproximaciones investigativas. *Revista Co-herencia*, 10, 137–159.

Morley, D. (1980). *The Nationwide Audience: Structure and Decoding*. Londres: British Film Institute.

Nevins, J. (2005). On Crossovers. *Howling Curmudgeons*. Recuperado el 25 de marzo de 2015, de: <http://www.whiterose.org/howlingcurmudgeons/archives/008910.html>

Nikunen, K. (2007). The Intermedial Practices of Fandom. *Nordicom Review*, 28(2), 111-128. Recuperado el 12 de agosto de 2015, de: http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/255_nikunen.pdf

Nonnecke, B. & Preece, J. (2000). Lurker demographics: Counting the silent. *Proceedings of the ACM CHI 2000 Human Factors in Computing Systems Conference*. La Haya: ACM.

Nonnecke, B. & Preece, J. (2003). Silent participants: Getting to know lurkers better. En C. Lueg & D. Fisher (Eds.), *From usenet to cowebs: Interacting with social information spaces* (pp. 110-132). Londres: Springer-Verlag.

Preece, J., Nonnecke, B. & Andrews, D. (2004). The top five reasons for lurking: Improving community experiences for everyone. *Computers in Human Behaviour*, 20 (2); 201-223. Recuperado el 20 de agosto de 2011 de:

<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563203000876>

Örnebring, H. (2007). Alternate reality gaming and convergence culture: The case of Alias. *International Journal of Cultural Studies*, 10(4), 445-462. DOI:

<http://dx.doi.org/10.1177/1367877907083079>

Parrish, J. J. (2007). *Inventing a Universe: Reading and Writing Internet Fan Fiction*. Tesis doctoral, University of Pittsburgh, Estados Unidos.

Pearson, R. (2003). Kings of infinite space: Cult television characters and narrative possibilities. *Scope*. Recuperado el 01 de agosto de 2015, de:

<http://www.scope.nottingham.ac.uk/article.php?issue=nov2003&id=262§ion=article&q=kings+of+infinite+space>

Pearson, R. (2007). Bachies, Bardies, Trekkies and Sherlockians. En J. Gray, C. Sandvoss, & C.L. Harrington (Eds.), *Fandom: Identities and communities in a mediated world*, (pp. 98-109). Nueva York: New York University Press.

Pearson, R (Ed.). (2009). *Reading Lost: Perspectives on a Hit Television Show*. London: I.B. Tauris.

Pearson, R. (2010). Fandom in the Digital Era. *Popular Communication: The Journal International Journal of Media and Culture*, 8(1), 84-95. DOI:

<http://dx.doi.org/10.1080/15405700903502346>

Penley, C. (1992). Feminism, psychoanalysis, and the study of popular culture. En L. Grossberg, C. Nelson & P.A. Treichler (Eds.), *Cultural studies* (pp. 479-500). Nueva York, NY: Routledge.

Pérez de Algaba, Chicano, C. (2011). Migración de la fórmula *Expediente X* al producto de sci-fi televisivo *Fringe*. Previously On. En M.A. Pérez-Gómez (Ed.), *Estudios interdisciplinarios sobre la ficción televisiva en la Tercera Edad de Oro de la Televisión*. (pp. 247-262). Sevilla: Universidad de Sevilla.

Pérez Latorre, O. (2010). Análisis de la significación del videojuego. Fundamentos teóricos del juego, el mundo narrativo y la enunciación interactiva como perspectivas de estudio del discursos. Tesis doctoral, Universitat Pompeu Fabra, España.

Pérez Latorre, O. (2013). Apuntes sobre la teoría de la diversión. En C.A. Scolari (2013), *Homo videoludens 2.0.: De Pacman a la gamification* (pp. 223-252). Barcelona: Universitat de Barcelona.

Porto-Renó, D., Versuti, A. C., Moraes-Gonçalves, E. & Gonsciola, V. (2011). Narrativas transmídia: diversidade social, discursiva y comunicacional. *Palabra Clave*, 14(2), 201-215. Recuperado el 20 de octubre de 2014, de:

<http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1973/2521>

Propp, V. (1981), *Morfología del cuento*. Madrid: Fundamentos.

Perryman, N. (2008), Doctor Who and the Convergence of Media: A Case Study in Transmedia Storytelling. *The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1), 21-39- DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1354856507084417>

Pugh, S. (2005): *The democratic genre. Fan fiction in a literary context*. Glasgow: Seren.

Radway, J. (1984). *Reading the Romance. Women, Patriarchy and Popular Literature*. Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press.

Renó, D. & Flores, J. (2012). *Periodismo transmedia. Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos*. Madrid: Editorial Fragua.

Rodríguez Ferrándiz, R. (2012). Sangre fresca publicitaria: *True Blood* y las transfusiones de la ficción. *Anàlisi Monogràfic: Audiovisual 2.0*, 65-80. Recuperado el 10 de agosto de 2014, de: <http://www.analisi.cat/index.php/analisi/article/view/m2012-rodriguez/m2012-rodriguez>

Rodríguez Ferrándiz, R. (2014). El relato por otros medios: ¿un giro transmediático? *CIC, Cuadernos de Información y Comunicación*, 19, 19-37. Recuperado el 8 de diciembre de 2014, de: <http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/43901/41499>

Rodríguez Ferrándiz, R., Ortiz Gordo, F. & Sáez Núñez, V. (2014). Contenidos transmedia de las teleseries españolas: clasificación, análisis y panorama en 2013. *Communication & Society*, 27(4), 73- 94. Recuperado el 17 de agosto de 2015, de: <http://dadun.unav.edu/handle/10171/37914>

Roig, A. (2008). *Cap al cinema col.laboratiu: pràctiques culturals i formes de producció participatives*. Tesis doctoral, Universitat Oberta de Catalunya, España. Recuperado el 03 de noviembre de 2011, de: <http://hdl.handle.net/10609/1473>

Roig, A. (2013). ¿Fans productores? Una aproximación a la ficción y films de fans. En A. Roig, Aranda, D. & Sánchez-Navarro, J. (Eds.), *Fanáticos: La cultura fan*. (pp.69-111). Barcelona: UOC Press.

Rubio-Hernández, M.M. & López-Rodríguez, F.J. (2012). El fan fiction de temática homoerótica inspirado por productos audiovisuales. Una aproximación desde la narrativa. *Revista Comunicación*, 10(1), 1183–1198.

Ruppel, M. (2009). Narrative Convergence, Cross-Sited Productions and the Archival Dilemma. *Convergence*, 15(3), 281-298. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1354856509105108>

Ruppel, M. (2012). Visualizing Transmedia Networks: Links, Paths and Peripheres. Tesis doctoral, University of Maryland, Estados Unidos.

Russ, J. (1985). Pornography by women, for women, with love. En J. Russ (Ed.), *Magic mommas, trembling sisters, Puritans and perverts: Feminist essays* (pp.77-99). Trumansburg, NY: The Crossing Press.

Ryan, M.L. (2003). Transmedial Narratology and Concepts of Narrative. 2nd *International Colloquium on Narratology betong Literacy Criticism*. University of Hamburg, Alemania, 20-22 de noviembre.

Ryan, M. L. (2004). Introduction. En M.L. Ryan (Ed.), *Narrative across Media: the Languages of Storytelling*. (pp. 1–40). Lincoln: University of Nebraska Press.

Ryan, M. L. (2005). On the theoretical foundations of transmedial narratology. En J. C. Meister (Ed.), *Narrative beyond literary criticis* (pp. 1–23). Berlin: De Gruyter.

Ryan, M.L. (2008). Transfictionality Across Media. En J. Pier & J.A. García Landa (Eds.), *Theorizing Narrativity*. (pp. 385–418). Berlín: Walter de Gruyter.

Ryan, M. L. (2013). Transmedial storytelling and transfictionality. *Poetics Today*, 34(3), 362–388.

Salmon, C. & Symons, D. (2004). Slash fiction and human mating psychology. *The Journal of Sex Research*, 41(1), 94-100.

Sánchez-Mesa Martínez, D. (2012). Videojuegos y Cine: Intermedialidad / transmedialidad. En B. Zecchi (Ed.), *Teoría y práctica de la adaptación fílmica*. (pp. 2005-238). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Sandvoss, C. (2005). *Fans: The Mirror of Consumption*. Cambridge, UK: Polity Press.

Sasaki, M. (2012). *Transmedia Storytelling and Lost Path To Success*. Tesis de master, University of Jyväskylä, Finlandia.

Silverman, D. (2006). *Interpreting Qualitative Data*. Los Angeles: Sage.

Schäfer, M.T. (2011). *Bastard Culture! How User Participation Transforms Cultural Production*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Schirra, S., Sun, H. & Bentley, F. (2014). Together Alone: Motivations for Live-Tweeting a Television Series. CHI '14, Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. Nueva York: ACM.

Scolari, C.A. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Gedisa. Barcelona.

Scolari, C. A. (2009a). Transmedia storytelling: Implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production. *International Journal of Communication*, 3, 586-606. Recuperado el 12 de agosto de 2011, de: <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/477/336>

Scolari, C.A. (2009b). Ecología de la hipertelevisión. Complejidad narrativa, simulación y transmedialidad en la televisión contemporánea. En Squirra, S. & Fechina, Y. (Ed.), *Televisao digital: Desafios para a comunicacao*. Porto Alegre: Sulina.

Scolari, C.A. (5 de enero de 2009c). La evolución... ¿Es una línea o una red? *Hipermediaciones*. Recuperado el 23 de abril de 2015, de:

<http://hipermediaciones.com/2009/01/05/la-evolucion-%C2%BFes-una-linea-o-una-red/>

Scolari, C. A., Fernández de Azcárate, S., Garín, M., Guerrero, M., Jiménez, M., Martos, A., Obradors, M., Oliva, M., Pérez, O. & Pujadas, E. (2011). *Narratives transmediàtiques, convergència audiovisual i noves estratègies de comunicació*. Barcelona: Universidad Pompeu Fabra/CAC.

Scolari, C.A. (2012). Media Ecology: Exploring the Metaphor to Expand the Theory. *Communication Theory*, 22(2), 204-225. DOI:

<http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-2885.2012.01404.x>

Scolari, C.A. (2013a). Lostology: Transmedia storytelling and expansion/compression strategies. *Semiotica*, 195, 45–68. DOI: <http://dx.doi.org/10.1515/sem-2013-0038>

Scolari, C.A. (2013b). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.

Scolari, C. A., Jiménez, M. & Guerrero, M. (2012). Narrativas transmediáticas en España: cuatro ficciones en busca de un destino crossmedia. *Comunicación y Sociedad*, 25, 137-164. Recuperado el 19 de julio de 2012, de:

http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/resumen.php?art_id=409

Scolari, C.A. (2014). Don Quixote of La Mancha. Transmedia Storytelling in the Grey Zone. *International Journal of Communication*, 8, 2382-2405. Recuperado el 15 de agosto de 2015, de: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2576/1199>

Scolari, C.A., Bertetti, P., Freeman, M. (2014). *Transmedia Archaeology. Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics, and Pulp Magazines*. Londres: Palgrave Macmillan.

Scott, S. (2008). Authorized Resistance: Is Fan Production Frakked? En T. Potter & C.W. Marshall, *Cylons in America: Critical Studies in Battlestar Galactica*, (pp. 210-223). Nueva York: Continuum.

Scott, S. (2009). Repackaging fan culture: The regifting economy of ancillary contents. *Transformative Works and Cultures*, 3. DOI: <http://dx.doi.org/10.3983/twc.2009.0150>.

Smith, A. (2009). Transmedia Storytelling in Television 2.0. Strategies for Developing Television Narratives Across Media Platforms. Tesis de Grado. Middlebury College, Vermont, Estados Unidos.

Stasi, M. (2006). The Toy Soldiers from Leeds. The Slash Palimpsest. En Hellekson, K. & Busse, K. (Eds.), *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*. (pp. 115-133). Jefferson, NC: McFarland.

Stein, L.E. (2006). This Dratted Thing: Fannish Storytelling Through New Media. En Hellekson, K. & Busse, K. (Eds.), *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays*. (pp. 245-160). Jefferson, NC: McFarland.

Thomas, B. (2011). What Is Fanfiction and Why Are People Saying Such Nice Things about It? *StoryWorlds: A Journal of Narrative Studies*, 3, 1-24.

Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Esplugues de Llobregat: Plaza & Janés.

Tosenberger, C. (2008). Homosexuality at the Online Hogwarts: Harry Potter Slash FanFiction. *Children's Literature*, 38, 185-207.

Tulloch, J. & Jenkins, H. (1995), *Science Fiction Audiences. Watching Doctor Who and Star Trek*. Londres: Routledge.

Warde, A. (2005). Consumption and Theories of Practice. *Journal of Consumer Culture*, 5(2), 131-153. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1469540505053090>

Turk, T. (2010). Metalepsis in Fan Vids and Fan Fiction. En K. Kukkonen & S. Klimek, *Metalepsis in Popular Culture*. (pp. 87-107). Berlin: Walter de Gruyter.

Tur-Viñes, V., Rodríguez Ferrándiz, R. (2014). Transmedialidad: series de ficción y redes sociales. El caso de *Pulseras Rojas* en el grupo oficial de Facebook (Antena 3. España). *Cuadernos.Info*, 34, 115-131. DOI: <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.34.549>

Valencise Gregolin, M. (2010). Viver a vida no limiar da tela: a narrativa transmídia chega á novela. *Revista Geminis*, 1(1), 53-67.

Vasallo de Lopes, M.I. (2012). A case study on transmedia reception: Fandom on Facebook and social issues in the brazilian telenovela *Passione*. *Anàlisi Monogràfic: Audiovisual 2.0*, 111-132. Recuperado el 14 de julio de 2013, de: <http://journals.uoc.edu/index.php/analisi/article/view/m2012-vassallo/m2012-vasallo>

Webster, J.G. (2005). Beneath the Veneer of Fragmentation: Television Audience Polarization in a Multichannel World. *Journal of Communication*, 55(2), 366-382. DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2005.tb02677.x>

Wilcox, R.V. & Lavery, D. (2002). *Fighting the Forces: What's at Stake at Buffy the Vampire Slayer*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers.

Winge, T. (2006). Costuming the Imagination: Origins of Manga and Anime Cosplay. *Mechademia*, 1, 65-76.

Wood, M.M. & Baughman, L. (2012). Glee Fandom and Twitter: Something New, or More of the Same Old Thing? *Communication Studies*, 63(3), 328-344. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/10510974.2012.674618>

Yu, J., Benatalla, B., Casati, F., Daniel, F. (2008). Understanding Mashup Development. *IEEE Internet Computing*, 12(5), 44-52. DOI: <http://dx.doi.org/10.1109/MIC.2008.14>

BREVE GLOSARIO DE TÉRMINOS CLAVE

Archivo: plataforma online dedicada al archivo de obras de *fan fiction*.

Canon: el universo o mundo diegético oficial (acontecimientos, personajes, coordenadas espaciales y temporales) desarrollado a través de todas las extensiones transmedia.

Crossover: formato transmedia en el que se combinan personajes, escenarios, discursos y estilos procedentes de dos o más mundos narrativos. También da nombre a un subgénero de *fan fiction*.

Fan: persona que desarrolla un vínculo afectivo y emocional hacia un objeto o texto mediático (o varios) del que es entusiasta y a través del cual se concibe a sí mismo y a los demás. Esta implicación se traduce en un consumo intenso de ese texto que puede ir acompañado de la realización de otras actividades como la producción de textos derivados en donde el fan reescribe la fuente original.

Fan art: pieza artística realizada por un fan inspirándose en un texto fuente que abarcan desde pinturas y dibujos a mano hasta creaciones gráficas digitales.

Fancomic: cómics y novelas gráficas creadas por un fan basándose en un texto fuente.

Fandom: una comunidad o grupo de fans de un texto fuente en concreto (p. ej.: el *fandom* de *Fringe*) o, en su aceptación más amplia, la base de fans en general y todas las actividades que estos desarrollan.

Fan fiction (fanfic, fic): historias escritas por un fan o varios, generalmente en prosa, cuya extensión comprende desde textos breves hasta la novela por entregas donde se recrea el universo ficcional presentado en un texto fuente.

Fan film (fan movie): películas y cortometrajes realizados editando metraje del texto fuente o rodando nuevo metraje relacionado.

Fanon: conjunto de acontecimientos o motivos aceptados en un *fandom* con base o no en el canon que se repiten en los distintos textos producidos por los fans.

Fantext: texto resultante de la reescritura que un fan hace de un texto fuente.

Fan vid: vídeos musicales (llamados *vids*) editados combinando el metraje de un texto fuente y una pieza musical previa, y también otros vídeos de corta duración con metraje grabado por el propio fan, pero siempre en relación con un texto fuente.

Fanwork: categoría que dan nombre a los objetos o textos producidos por los fans como por ejemplo, las obras de *fan fiction*. En este trabajo es sinónimo de contenido transmedia generado por el usuario en el ámbito de ficción.

Lector beta: fan que tiene acceso a borradores de fics para editarlos y sugerir cambios a los autores antes de su publicación.

Machinima: vídeos o películas realizados manipulando el motor gráfico de un videojuego en 3D.

Ship (abreviatura de “relationship”): relación amorosa entre dos personajes del texto fuente, con base o no en el canon. Los fans que apoyan y promocionan a estas parejas se denominan *shippers*. Los *ships* normalmente reciben un nombre compuesto en referencia a los personajes los forman (p. ej.: Polivia, Peter y Olivia) o, simplemente, sus iniciales separadas por una barra (p. ej.: P/O).

Universo alternativo (AU, “alternate universe”): subgénero de *fan fiction* donde se emplaza a los personajes en espacios y tiempos distintos a los del texto fuente, o se modifican los acontecimientos del mismo.

ANEXOS

Anexo I

Tabla de categorías utilizada en el análisis textual de *fan fiction* (también aplicable a otros *fanworks*)

1. Identificación general del fanwork	
Título	
Autor	
Tipo de <i>fanwork</i>	
Género <i>fandom</i>	
Fandom u obra matriz	
Personajes que intervienen	
Relación o <i>ship</i> (si existe)	
Extensión en palabras o duración en minutos	
Número de capítulos o episodios	
Fechas de publicación	
Fecha de la última actualización	
2. Área del mundo narrativo donde se encuentra el fanwork	
Canon	
Universo alternativo (AU)	
Universo alternativo contextualizado (CAU)	
Universo alternativo puro (PAU)	
Universo compartido	
3. Formato transmedia	
Precuela	
Secuela	
Intersticial	
Filler	
Reflexión	
Reacción	
Crossover	
Original	
Adaptación	
Recapitulación	
Promoción	
4. Personajes	
Número	
De origen canónico	
Personajes canónicos omitidos	
De nueva creación	
Cambio de roles actanciales	
Cambio de relevancia (promoción/degradación de personajes)	
5. Programas narrativos	
Colectivo (expansión/compresión del PN)	
Individual (expansión/compresión del PN)	
6. Género	

Fidelidad	
Hibridación	
Parcial	
Total	
Sustitución	
7. Temas	
Densidad	
Complejidad	
Relevancia	
Promoción (temas canónicos/temas nuevos)	
Degradación (temas canónicos)	
Jerarquía de temas	
8. Estrategias transmedia	
Expansión	
Temporal	
Espacial	
Actorial	
Compresión	
Temporal	
Espacial	
Actorial	
Conversión	
Temporal	
Espacial	
Actorial	

Guías interpretativas
Competencias enciclopédicas que el <i>fantext</i> requiere al usuario para que pueda comprenderlo (lectores modelo generados por el <i>fantext</i>)
Competencias lógico-mnemónicas que permiten al usuario navegar por diferentes tipos de <i>fanwork</i> derivados de un mismo mundo narrativo
Relaciones intertextuales con otros referentes de la cultura de masas u otros <i>fanworks</i>

Anexo II

Tabla aplicada a *Synaptic* y *El Facebook de Peter 4.22*

1. Identificación general del fanwork		
Título	Synaptic	El Facebook de Peter 4.22
Autor	Lullebel	La Vaca de Fringe
Tipo de <i>fanwork</i>	Fan fiction	Fanfic/Manipulación gráfica de Facebook
Género <i>fandom</i>	Gen	Crack
Fandom u obra matriz	Fringe	Fringe
Personajes que intervienen	O, P, A, W*	O, P, A, W, WB, Jessica Holt, WB, PB, RD
Relación o <i>ship</i> (si existe)	O/P	O/P
Extensión en palabras o duración en minutos	4.905	-
Número de capítulos o episodios	1	1
Fechas de publicación	28/10/2010	16/05/2012
Fecha de la última actualización	28/10/2010	16/05/2012
2. Área del mundo narrativo donde se encuentra el fanwork		
Canon		X
Universo alternativo (AU)		
Universo alternativo contextualizado (CAU)	X	
Universo alternativo puro (PAU)		
Universo compartido		
3. Formato transmedia		
Precuela		
Secuela		
Intersticial	X T2> T3*	
Filler		
Reflexión		
Reacción		
Crossover		
Original		
Adaptación		X T4
Recapitulación		
Promoción		
4. Personajes		
Número		
De origen canónico	4	9
Personajes canónicos omitidos	2 (NS, PB)	0
De nueva creación	0	0
Cambio de roles actanciales	Sí	No
Cambio de relevancia (promoción/degradación de personajes)	No	Promoción (RD)
5. Programas narrativos		
Colectivo (expansión/compresión del PN)	Expansión PN	Compresión PN
Individual (expansión/compresión del PN)	Expansión PN (O, P)	Compresión PN

6. Género		
Fidelidad	Sí	
Hibridación		
Parcial		
Total		X (parodia y ciencia ficción)
Sustitución		
7. Temas		
Densidad	No	Sí
Complejidad	No	No
Relevancia		
Promoción (temas canónicos/temas nuevos)	Temas canónicos	Sí
Degradación (temas canónicos)	No	No
Jerarquía de temas	1. Amor; 2. Muerte; 3. Universo Alternativo; 4. Ciencia fringe	1. Fin del mundo, 2. Familia; 3. Universo Alternativo; 4. Marujita Díaz; 5. Star Wars; 5. Subida de sueldo
8. Estrategias transmedia		
Expansión		
Temporal	Sí	No
Espacial	Sí	No
Actorial	Sí	Sí (RD)
Compresión		
Temporal	No	Sí
Espacial	No	Sí
Actorial	No	No
Conversión		
Temporal	No	No
Espacial	No	No
Actorial	Sí	Sí

* A: Astrid

NS: Nina

O: Olivia

P: Peter

PB: Philip Broyles

RD: Rachel Dunham

W: Walter

WB: William Bell

*T2>T3 : Entre la Temporada 2 y la Temporada 3 de la serie.

Anexo III

Cuestionario de la encuesta (versión en inglés)

This is an online survey conducted by Mar Guerrero, a *Fringe* fan and PhD student on fandom and popular culture at University Pompeu Fabra (Spain), to know more about the practice of fan fiction reading and writing in the *Fringe* fandom.

The only purpose of this study is to help a doctoral research and therefore the results will be published in academic journals or presented in conferences without profit. In order to preserve your anonymity, any information you provide will be either attributed anonymously —by doing a very simple and generic description (e.g.: female student, 20 years old, USA)—, or be kept off the record.

The survey will take you about 20 minutes to complete, depending on how elaborated your answers and the extent of your activities related to fan fiction are. You can skip questions and, even leave the survey whenever you want.

If you have any question about the procedure or reach of this survey, please contact Mar Guerrero at:

fringefanfic@gmail.com

Thanks for collaborating!

1) Age

2) Gender

3) Country of residence

4) First language

5) Second language

6) Occupation

7) What are your favourite fanfic sites? (check all that apply)

Fanfiction.net

Archive of Our Own

LiveJournal. (indicate which fanfic communities are you subscribed to)

Tumblr (indicate which fanfic tumblrs are you subscribed to)

Other sites (indicate them)

8) Would you consider social networked role playing (e.g. Peter Bishop's Twitter account) by fans as a form of fan fiction?

Yes

No. Why not?

9) How do you read Fringe fan fictions? (check all that apply)

On the computer

On the smartphone

On the tablet

On sheets printed from website

In fanzines

Other

10) How many Fringe fics are you reading at the moment? (please, introduce an exact figure)

11) How frequently do you read Fringe fan fiction (check all that apply)

I read new updates as soon as the authors post them

I wait until having two or more chapters to read them in a row (update hiatuses are the worst)

I re-read a chapter more than once

I rarely read fan fiction

Other

12) Do you download and save your favourites Fringe fics to keep them or re-read them later?

Yes

No

If you do, how many do you have in your personal library?

13) Why do you read Fringe fan fiction? (check all that apply to you, and rank them in order of preference, number one being the main reason)

14) Do you usually drop a review at the end of each new chapter or one-shot you've read?

Yes, always, even if I didn't like the new update of the story or the one-shot. Authors have to know they're supported.

Sometimes I do, sometimes I don't, depends on my laziness at the moment.

Only when I'm not satisfied with the update or the one-shot, then I make a constructive comment

In longer stories, I wait till the last chapter to make my review.

I never drop reviews

15) What do you think that makes a canon source in *Fringe*?

Just the TV show, I don't recognize the characters in the derivative materials (e.g. the official *Fringe* comics and videocomics).

The TV show and other derivative materials (e.g. the official *Fringe* comics and videocomics) or background information only when they are explicitly addressed as part of the story by the producers or/and actors.

The TV show and any other derivative materials (e.g. the official *Fringe* comics and videocomics or information) that continue the story as long as they are branded and come from the official franchise. I don't need the producers statement to consider it canon because of that.

Other

16) Are you solely a reader or also an author?

I'm only a reader

I'm both a reader and an author

I'm only an author, I don't read other people's fics

(Based on this last answer the survey splits into "Readers" or/and "Authors")

Readers

17) Are you at the moment or have been a beta reader for some author?

Yes, I am or haven been a beta reader

No, but I'm an author

Neither of the above, I'm just a regular reader

(Based on this last answer the survey splits into “Beta Readers” or/and “Authors”)

18) *Have you ever asked an author if you could beta their fic, or viceversa, been asked to?*

Yes

No

19) *What is –approximately- the maximum number of authors you have ever been in charge of at the same time?*

20) *In your opinion, what are the basic qualities a fanfic must have to be considered a good one? And the basic qualities a good beta reader must have?*

21) *Which of these are the aspects you focus on the most when you are beta-ing a Fringe fic? (check the 5 most important to you rank your preferences)*

Dialogues

Pacing

Fidelity to canon

Fidelity to fanon or headcanon

Spelling

Characterization

Originality

Correct scientific facts and data

Realism

Complexity

Boldness

Quality of descriptions

22) *Have you ever beta-ed/ Are you beta-ing in a language that is not your first language?*

No

Yes. Which one?

23) *How would you describe the relationship between a beta and an author? Would you compare it to an editor-writer dynamic?*

24) *Why would you quit beta-ing a fic?*

Tiredness of the author not applying my observations

Disliking the story

Never agreeing with the author about major concepts and character development

Lack of time

Other

25) *Have you ever beta-ed a complete long story before its publication or do you think those are rare cases in these types of stories?*

26) *As a fan, do you feel that you have a better knowledge of Fringe thanks to fan fiction?*

Yes

No

(Go to the survey conclusion if not also an author, otherwise continue)

Continue (only if you're also an author)

Go to the survey conclusion

Authors

27) Which are the Fringe topics or aspects you usually focus on when you create a story? (check the 5 most important to you and rank your preferences)

Ethical boundaries in science

Complex family relationships

Fringe science and events

Trust issues

Drug usage

Love relationships

Women equality at work

Global conspiracies and terrorism

Partnership and teamwork dynamics

Loneliness

Science vs. Faith

The mad but lovable doctor

Friendship

Redemption and forgiveness

Subtext

28) What are the five biggest challenges for you as a Fringe fic author? (check only the 5 most important to you, and rank them in order of preference, number one being the main challenge)

Keeping the original characterization no matter if it's a canon fic, an AU, a crossover...

Not making spelling mistakes

Not messing up when I write about science stuff

Keeping the pace of the story

Staying true to canon and genre

Conveying characters' emotions through dialogue

Staying true to fanon or someone's head canon

Making the most of the research I have made before writing

Writing erotic or physical scenes

Finding the best tone to portray the ideas I have in mind

Describing the atmosphere of the fic

Addressing controversial issues without sounding shallow

Finding an original prompt to start a fic

Writing light and humorous scenes

Building long plots

29) Is there any fic genre (e.g. hurt/comfort, slash) you are more interested in when writing for Fringe? Why?

30) *Where do you get your inspiration? (check only the 3 most important to you, and rank them in order of preference)*

From music

From other stories featured in film, literature, History, media...

From my personal life, family and friends

From art

From discussions with other fans

From communities or readers' prompts

Other (indicate it)

31) *In your opinion, what are the advantages and disadvantages of AU stories over canon ones? And viceversa?*

32) *Do you take into account official off-screen content (e.g. characters' background information featured in the Fringe comics) when you write your stories?*

Yes, it's part of the canon

No, I only base my fics on the TV show

I honestly didn't know such content existed

33) *If you have a beta reader, in what way do they have an impact on your writing?*

34) *If you have beta reader, can you describe your writing routine? Does it change because you have a beta reader?*

35) *Do you write Fringe fics in a language different from your mother tongue?*

Yes. Why?

No

36) *From your perspective, how does writing fan fiction contribute to enhance the Fringe storyworld?*

37) *As a fan, do you feel that you have a better knowledge of Fringe thanks to fan fiction?*

Yes

No

37)

Survey conclusion

38) *Do you have any other comments about Fringe and fan fiction you want to add in this survey?*

A massive thank you for taking the time to complete this insanely long survey! If you are keen on discussing this topic further, please submit your email address to fringefanfic@gmail.com: it will be used just for academic research and not for making your identity public. If you prefer not being contacted, then it's time to part ways.

Anexo IV

Mensaje de publicación de la encuesta (versión en inglés)

Hey guys!

My name's Mar and I'm currently PhDing on fan cultures and audiences at Uni with a especial focus on fan fiction based on *Fringe*. I've been an avid fic reader all my life and a *Fringe* fan since I marathoned the first three seasons in less than a month two years ago, and now I found a way to put those two passions together in my thesis research. Truth is, unlike shows like *Lost*, *X-Files* or *Buffy*, *Fringe* hasn't gathered enough academic research around it yet and this is a pretty shocking fact regarding how dedicated our fandom is. We are almost a month and a half left to the series finale and there are few works based on this wonderful series and fandom that deserve more attention and visibility from the academic community.

That's why I'm asking now for your help by participating in the survey in the link below. It's completely anonymous and it won't take you more than 20 mins tops to fill it out.

<http://edu.surveymzmo.com/s3/1035210/FringeandfanficEnglish>

A massive thank you for your collaboration,

Cheers

