



Universitat Autònoma de Barcelona

ADVERTIMENT. L'accés als continguts d'aquesta tesi queda condicionat a l'acceptació de les condicions d'ús establertes per la següent llicència Creative Commons:  http://cat.creativecommons.org/?page_id=184

ADVERTENCIA. El acceso a los contenidos de esta tesis queda condicionado a la aceptación de las condiciones de uso establecidas por la siguiente licencia Creative Commons:  <http://es.creativecommons.org/blog/licencias/>

WARNING. The access to the contents of this doctoral thesis it is limited to the acceptance of the use conditions set by the following Creative Commons license:  <https://creativecommons.org/licenses/?lang=en>

series

complex tv



televisión



GAME OF THRONES



fans

narrativa contemporánea

foros

Tesis Doctoral

AUDIENCIA Y FANDOM TELEVISIVO EN LA WEB SOCIAL

Leslia Paola Cabrera Escobar

Directora: María Rosario Lacalle Zalduendo

2017

THE
WALKING DEAD

Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Autónoma de Barcelona

UAB

Universitat Autònoma
de Barcelona

Leslia Paola Cabrera Escobar

Audiencia y fandom televisivo en la web social

Tesis doctoral

Directora: María Rosario Lacalle Zalduendo



Doctorado en Comunicación y Periodismo

Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Universidad Autónoma de Barcelona

2017

Agradecimientos

Estas breves líneas sin duda no son suficientes para expresar mi agradecimiento a todas las personas que me han acompañado a lo largo de este arduo proceso. Comenzando con mis padres, quienes con su ejemplo siempre me han motivado a exigirme profesionalmente, gracias por su inmenso cariño. A mi esposo por su apoyo incondicional, gracias por darme ánimos y reforzar la confianza en mi misma. A mi hermano por sus valiosas opiniones y disposición. A mis amigos en Bogotá y en Barcelona, por escucharme, por creer en mi y por tantos buenos momentos, y finalmente, un agradecimiento muy especial a mi directora de tesis, Charo Lacalle, por su valiosa orientación y sobre todo por su comprensión y motivación.

A todos, muchas gracias.

Índice

0. Introducción	5
0.1 Presentación	5
0.2 Objetivos	7
0.3 Preguntas de investigación	7
0.4 Justificación.....	8
0.5 Tipo de estudio y muestra.....	10
0.6 Metodología	11
0.6.1 Primera parte. Examinación de las ficciones televisivas	11
0.6.2 Segunda parte. Análisis del discurso	13
0.6.3 Tercera parte. Encuesta	17
0.7 Estructura de la investigación	22
Capítulo 1. Fandom televisivo	24
1.1 Los fans antes de la web 2.0	24
1.2. Taxonomía de los fans. Delimitación para el análisis	37
1.3. Procesos de identidad e identificación en el fandom	41
1.4. Estudios sobre la productividad en el fandom antes de la web 2.0	47
1.4.1 La construcción social de significado como producción semiótica y enunciativa... ..	48
1.4.2 Aproximaciones a la producción textual y material antes de la web 2.0	51
1.5. Breve historia de la formación de un fandom.....	60
1.6 Fandom y web 2.0	65
1.7 ¡Alerta <i>spoilers!</i>	72
1.8 La tendencia friki se impone	79
1.9 La productividad textual después de internet.....	85
1.9.1 Fanfiction en la web 2.0.....	89
1.9.2 Cosplay en la web 2.0	91
Capítulo 2. Narratología de la ficción televisiva contemporánea.....	95
2.1 Narrativas globales	95
2.2 Introducción a la narratología de las series de televisión	101
2.2.1 Hacia la televisión compleja	104
2.3 Arquitectura de la narrativa compleja.....	111

2.3.1	Eventos.....	113
2.3.2	Temporalidad.....	119
2.3.3	Personajes.....	122
2.3.4	Universo narrativo	128
2.4	Narrativa transmedia.....	132
2.5	Antecedentes de los subgéneros de las series objeto de estudio	137
2.5.1	Los inicios del subgénero zombi hasta The Walking Dead	138
2.5.2	Los inicios del subgénero fantasía épica hasta Game of Thrones.....	147
Capítulo 3.	Ficciones, audiencia y fandom	154
3.1	Sobre las ficciones objeto de estudio.....	154
3.1.1	Contexto y datos de audiencia	154
3.1.2	Eventos.....	159
3.1.3	Temporalidad.....	165
3.1.4	Personajes.....	170
3.1.5	Universo narrativo	181
3.1.6	Transmedialidad	191
3.2	El discurso de la audiencia	202
3.2.1	Metodología.....	203
3.2.2	Hallazgos.....	205
3.3.	Encuesta en redes sociales	231
3.3.1	Cuestiones demográficas	231
3.3.2	Foros en línea.....	233
3.3.3	Seguimiento de las series en internet	234
3.3.4	Productividad.....	236
3.3.5	Fuera de la web.....	237
4.	Conclusiones	239
5.	Bibliografía citada	256
	Libros y artículos en revistas científicas.....	256
	Documentos de internet, diarios y revistas divulgativas	269

0. Introducción

0.1 Presentación

La expresión en lengua inglesa *hold de door* adquirió una nueva connotación la noche del 22 de mayo de 2016 entre los adultos de 18 a 49 años tras la emisión del quinto episodio de la sexta temporada de la serie de televisión de fantasía épica *Game of Thrones* (HBO, 2011-). Ese mismo año, el 23 de octubre, tras una espera de seis meses, millones se congregaron para saber quién sería la víctima mortal de “Lucille”, un abominable bate rodeado de púas, en la premier de la sexta temporada del drama sobre el apocalipsis zombi *The Walking Dead* (AMC, 2010-). Los datos de audiencia reportados las posicionan como líderes de la cadenas que las producen, y la conversación sobre televisión en redes sociales gira en torno a ellas; pero, aunque es claro que ambas conforman el *top of mind* de la audiencia contemporánea, ¿a qué se debe realmente el fenómeno global que suscitan?

La literatura existente sobre *Game of Thrones* y *The Walking Dead* coincide en ensalzar sus cualidades narrativas y en relacionar su diégesis con aspectos sociológicos. La presente tesis doctoral, por otra parte, pretende aprovechar el impacto popular de estas dos series de televisión para explorar el discurso de la audiencia en la web social, y el comportamiento de su porción más comprometida: los fans, con el fin de ofrecer un panorama actual de la dinámica entre la industria televisiva y la audiencia, respondiendo así a necesidades de audimetría audiovisual con un enfoque cualitativo, en un contexto de convergencia mediática.

En primer lugar se describe el fenómeno fandom, su transición a la web 2.0, y lo que ha implicado esta evolución en la redefinición de modelos narrativos. Cada medio y forma cultural tiene su propia tipología de fandom, pero una de las formas más representativas de este fenómeno es sin duda la que nace del compromiso de los espectadores con los programas de televisión. Aunque es evidente que los fans de

géneros no ficcionales, como la política o los deportes, gozan de una aceptación cultural que no poseen los que dirigen su devoción hacia la ficción (Mittell 2010), también es cierto que el estatus social del fandom de ficción ha ido cambiando a lo largo de los últimos años. De ser una subcultura marginada y estereotipada, han pasado a ser considerados expertos de la cultura popular, que «lideran la adopción temprana y los usos creativos de los diferentes medios emergentes» (Jenkins, 2006, pág. 23), motivo por el cual han cobrado un renovado interés académico y por parte de las industrias mediáticas.

Asimismo, para contextualizar el análisis de la recepción, esta investigación integra una descripción de las características principales de las series mencionadas, implementando un guion *ad hoc* permeado por los elementos narrativos considerados en *The Poetics of Contemporary Television Storytelling* de Mittell (2012 – 2013) y en las discusiones acerca de la narrativa transmedia, por parte de autores como Jenkins (2006, 2010), Mittell (2012 - 2013) y Ryan (2016).

La apropiación social de dispositivos portátiles y la incursión progresiva de las redes sociales en la cotidianidad, ha transformado el visionado televisivo en una experiencia comunitaria. La web social, mediante los diversos recursos que ofrece, provee a los usuarios de una interacción sin precedentes con los contenidos de ficción de su preferencia. Teniendo en cuenta que el discurso de la audiencia en estos espacios otorga acceso directo a material original para el análisis de la recepción, este trabajo recoge una muestra de 600 comentarios de internautas afiliados a redes sociales y foros relacionados con las series objeto de estudio. La metodología implementada se fundamenta en el diseño creado por Rosario Lacalle, catedrática del Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, para proyectos desarrollados en el Observatorio de Ficción Española y Nuevas Tecnologías (OFENT), entre 2009 y 2015, como *La representación de los jóvenes en la ficción televisiva catalana y española: construcción de identidades, atribución de roles sociales y correspondencia con la realidad* (Generalitat de Catalunya), *La construcción social de las mujeres en la ficción televisiva: representaciones, recepción*

e interacción a través de la web 2.0. (Generalitat de Catalunya), *Análisis de la construcción de la identidad juvenil en la ficción televisiva y en las Nuevas Tecnologías* (Ministerio de Ciencia e Innovación), y *La construcción social de la mujer en la ficción televisiva y la web 2.0: prototipos, recepción y retroalimentación* (Ministerio de Ciencia e Innovación), proyecto en el cual la autora de esta tesis ha formado parte.

Finalmente para completar la descripción de la sinergia entre industrias televisivas y audiencia, se socializan los resultados de una encuesta aplicada a seguidores de ambas series, cuyo análisis revela su nivel de apropiación del texto y la productividad derivada de esta interacción.

0.2 Objetivos

El objetivo general que guía la investigación es describir la dinámica entre la industria mediática, las narrativas contemporáneas para televisión y la audiencia social, para ello se propone explorar la fenomenología del fandom de ficción televisiva y su transición a la web 2.0; detallar las características principales de las series televisivas objeto de estudio y describir sus estrategias transmedia; analizar el discurso de la audiencia en la web social e identificar cuáles son las competencias mediáticas de su porción más comprometida, los fans.

0.3 Preguntas de investigación

En línea con los objetivos expuestos, la tesis doctoral está orientada a resolver las siguientes preguntas de investigación:

¿Cuáles son las características de una narrativa de ficción televisiva contemporánea?

¿Cómo es la estructura narrativa de las ficciones objeto de estudio?

¿Cómo están construidas las narrativas transmedia de las series objeto de estudio?

¿Cuáles son los principales recursos de la web 2.0 de las ficciones objeto de estudio?

¿Cómo es el discurso de la audiencia en los principales recursos web de las series seleccionadas?

¿Cómo se construye la identidad fan alrededor de estas series en la web social?

¿Qué competencias mediáticas desarrollan los miembros de este fandom?

¿Cuáles de estas competencias son utilizadas por los fans para la creación de contenidos transmedia?

0.4 Justificación

En la actualidad, las empresas mediáticas se esfuerzan por diversificar la manera de contar historias y construyen escenarios de participación alrededor de las series de televisión. Esto ayuda a sumergir a la audiencia dentro de una comunidad que intensifica su experiencia de consumo e influye en la lectura que realizan del texto. La pertinencia social de una tesis doctoral como la que aquí se plantea, radica en la importancia del estudio del entorno actual, donde los nuevos medios y los medios tradicionales son usados simultáneamente en la vida cotidiana, pero ya no de una manera pasiva. La cultura participativa está en auge, lo que ha llevado al poder mediático a alcanzar niveles de concentración y de acumulación a los que nunca antes se había llegado.

Resulta evidente que ya no podemos hablar de una relación unidireccional entre medios y personas, y que los códigos y canales con los que contamos en la actualidad evolucionan paralelamente a su estudio. Hablamos de una red multidireccional compartida, donde las personas son simultáneamente emisores y receptores. La web 2.0, como estandarte de los procesos socioculturales que estamos viviendo, proporciona a las personas una autonomía al posibilitar tanto la creación de contenidos, como la crítica de otros hechos por los demás (Castells, 2009).

El tema de esta tesis doctoral se corresponde con una línea de investigación novedosa, que ha ido ganando reconocimiento a medida que se entremezclan las

categorías «popular» y «académico» en los estudios de medios de comunicación. Las ficciones objeto de este estudio se analizan dentro de un proceso de reconocimiento intelectual de las series de televisión como objetos culturales y no solo como productos comerciales (Lozano Delmar, Raya Bravo, & López Rodríguez, 2013). Por décadas, la industria de la televisión estadounidense manejó una política de cero riesgos, manteniendo fórmulas que resultaban rentables pero que no ofrecían variedad. Las investigaciones de mercados usualmente revelaban que incluso la serie más exitosa no lograba un público consistente semana tras semana, por tanto se asumió que la mayor parte de la audiencia no se preocupaba por seguir una historia, pero entonces, una serie de cambios creativos en la industria televisiva, las nuevas tecnologías, y el desarrollo de la cultura participativa, propiciaron el surgimiento de una nueva televisión (Mittell, 2012-2013).

Actualmente, la ficción televisiva posee una cualidad adictiva intrínseca que incita a su consumo secuencial y prolongado, de hecho, los finales de estos programas pueden llegar a ser eventos significativos, y aun fuera del aire, pueden seguir inspirando a una parte de la audiencia a continuar desarrollando el universo narrativo (Williams, 2015). Para los fans dedicados ver el programa en televisión es sólo el comienzo de su implicación con el texto, compromiso que con el desarrollo de las nuevas tecnologías parece haber aumentado. Internet ha proveído las herramientas para que la comunidad de fans mantenga un entusiasmo constante basado en una enciclopedia del mundo de ficción que han formado (Ross, 2008).

Varios estudios demuestran que las ficciones televisivas inspiraron las incipientes comunidades en línea de finales de los noventa. Jenkins (1992) expuso el caso del grupo de discusión Alt.tv.twinpeaks dedicado a la aclamada serie creada por David Lynch y Mark Frost. En el 2000, Baym detalló la interacción entre los miembros de rec.arts.tv.soaps, un foro de discusión dentro del sistema Usenet, compuesto de múltiples de subgrupos dedicados a *soap operas*. En 2008, Ross examinó la productividad de los fans durante la transición de la web 1.0 a la web 2.0, en sitios web dedicados a series de culto como *Xena: Warrior Princess* y *Buffy the Vampire Slayer*.

Con este precedente, otras investigaciones se han encargado de analizar las reacciones de los fans de productos audiovisuales concretos, sin embargo, son escasos los estudios que comparten un método claro para recolectar y analizar las discusiones en línea de la audiencia en general y no solo de los fans, y que no se limiten a un solo recurso web y a una sola ficción. Este trabajo intenta reafirmar la importancia de analizar todos los niveles de compromiso de los espectadores con las ficciones televisivas, en diferentes plataformas de la web social, lo cual resulta útil tanto para el ejercicio creativo de construcción de las narrativas, y las estrategias de mercadeo, como para el análisis académico de estos productos audiovisuales.

0.5 Tipo de estudio y muestra

Esta investigación se enmarca en los estudios sobre recepción de la ficción televisiva contemporánea en el contexto de la convergencia mediática, por lo cual adopta un diseño transeccional descriptivo (Hernández Sampieri, Fernandez Collado , & Baptista Lucio , 2006, pág. 208), esto es, que recolecta datos en un tiempo único, con el fin de describir el fenómeno que suscitan actualmente las dos series televisivas objeto de la investigación, ofreciendo así un panorama de la dinámica entre la industria televisiva actual y la audiencia social.

La muestra del análisis la conforman dos ficciones televisivas vigentes que cuentan con elevados índices de audiencia global y un prominente número de seguidores en la web social: *Game of Thrones* (HBO 2011 -) y *The Walking Dead* (AMC 2010 -). La muestra para el análisis del discurso de la audiencia incluye 600 comentarios relacionados con las ficciones seriales objeto de estudio, recolectados en las cuentas oficiales de Facebook y Twitter de las mismas, y los foros en línea más representativos en razón al número de miembros inscritos y sus contribuciones. La encuesta dirigida a fans de las series mencionadas logró recabar 420 participaciones en distintos países.

0.6 Metodología

0.6.1 Primera parte. Examinación de las ficciones televisivas

0.6.1.1 Fase A. Visionado

En las dos últimas décadas, las narrativas para televisión han experimentado cambios radicales. Técnicas que antes nos resultaban innovadoras como la narración subjetiva o las maniobras con el tiempo del discurso, hoy nos parecen trilladas. Estos cambios han sido propiciados por la sinergia entre las nuevas tecnologías, que a su vez han modificado las prácticas de consumo televisivo, y las estrategias de las productoras, entre las cuales se destaca la consolidación del cable y los canales *premium*. Las series objeto de estudio deben ser examinadas dentro de ese contexto, en el cual la televisión se reafirma como el medio narrativo de nuestro tiempo.

El corpus de este análisis lo componen 159 episodios de las series *The Walking Dead* y *Game of Thrones* correspondientes a las temporadas emitidas desde 2010 hasta 2017.

Serie	Temporada	Fecha de inicio y final	N° de episodios
<i>The Walking Dead</i>	1	31 de octubre de 2010 – 5 de diciembre de 2010	6
<i>The Walking Dead</i>	2	16 de octubre de 2011 - 18 de marzo de 2012	13
<i>The Walking Dead</i>	3	14 de octubre de 2012 - 31 de marzo de 2013	16
<i>The Walking Dead</i>	4	13 de octubre de 2013 - 30 de marzo de 2014	16
<i>The Walking Dead</i>	5	12 de octubre de 2014 - 29 de marzo de 2015	16
<i>The Walking Dead</i>	6	11 de octubre de 2015 - 3 de abril de 2016	16

<i>The Walking Dead</i>	7	23 de octubre de 2016 - 2 de abril de 2017	16
<i>Game of Thrones</i>	1	17 de abril de 2011 – 9 de junio de 2011	10
<i>Game of Thrones</i>	2	1 de abril de 2012 - 3 de junio de 2012	10
<i>Game of Thrones</i>	3	31 de marzo de 2013 - 9 de junio de 2013	10
<i>Game of Thrones</i>	4	6 de abril de 2014 - 15 de junio de 2014	10
<i>Game of Thrones</i>	5	12 de abril de 2015 - 14 de junio de 2015	10
<i>Game of Thrones</i>	6	24 de abril de 2016 - 26 de junio de 2016	10

Tabla 1. Corpus de análisis de las ficciones televisivas objeto de estudio.

0.6.1.2 Fase B. Examinación de las ficciones

Para desarrollar esta fase se implementó un guion *ad hoc* permeado por los elementos narrativos considerados por Mittell (2012 – 2013), guion que además revisa las extensiones transmediáticas de estas ficciones, teniendo en cuenta las disertaciones sobre este fenómeno por parte de autores como Jenkins (2006, 2010), Mittell (2012-2013) y Ryan (2016).

Guion para la examinación de las ficciones televisivas	
Contexto comercial	Cadena productora
	Reconocimiento de la industria
	Datos de audiencia
	Cifras de seguidores en la web social
Eventos	Adaptación del texto original a la pantalla
	Trama principal
	Núcleos, afirmaciones y enigmas
Temporalidad	Tiempo de la historia
	Tiempo del discurso
	Tiempo narrativo (<i>screen time</i>)
Personajes	Identificación de los niveles del reparto
	Arquetipos – alineación y lealtad
	Arcos de transformación
Universo narrativo	Mundo posible
	Espacialidad – referencias al subgénero
Transmedialidad	Modelo de expansión
	Extensiones – paratextos

Tabla 2. Guion para la examinación de las ficciones televisivas. Elaboración propia.

0.6.2 Segunda parte. Análisis del discurso

0.6.2.1 Fase A. Recolección de la muestra

Esta segunda fase de la investigación adapta la metodología diseñada por el Observatorio de Ficción Española y Nuevas Tecnologías (OFENT) para el análisis de la transmedialidad de las ficciones televisivas: el análisis del *feedback* de la audiencia a través del análisis del discurso (Lacalle, 2013; Lacalle & Castro-Mariño, 2016). En este caso se analizan los comentarios publicados por los internautas en las cuentas oficiales en Facebook y Twitter y los foros en línea con mayor número de miembros y contribuciones.

La selección de los comentarios de los internautas se realizó manualmente en los recursos web mencionados. El criterio para la selección se fundamentó en el interés por analizar el discurso generado alrededor del final de la temporada (*season finale*), o, en el caso de *The Walking Dead*, de la interrupción de la temporada (*midseason finale*), teniendo en cuenta el impacto significativo que estas resoluciones tienen en la audiencia (Williams, 2015), y considerando el último episodio un ‘evento significativo’ que incrementa la participación (Barkhuus & Brown, 2009; Guo & Chan-Olmsted, 2015; Lacalle & Castro-Mariño, 2016; Larsen, 2010).

Se recogieron entonces 150 comentarios de internautas por cada ficción televisiva, en los finales y recesos de temporada de 2013 y 2014, conformando así una muestra de 600 unidades discursivas. Además se recogieron 32 comentarios de los administradores o *community managers* de estos recursos web para tener evidencia de la interacción entre estos representantes del producto televisivo y la audiencia.

Anticipando el manejo de dos pantallas en simultáneo durante el consumo televisivo (Deltell Escolar, 2014), y entendiendo que la discusión en la web social antes, durante

y después del visionado, juega un papel fundamental en la construcción de significados (Harman & Jones, 2013; Hills, 2002, Livingstone, 2004), la recolección partió el día de la emisión de los finales de temporada y se prolongó hasta los dos días siguientes. Para los comentarios de Facebook se recurrió a las publicaciones iniciadas por los administradores en las fechas correspondientes. Los *Tweets* de los internautas fueron recuperados gracias al motor de búsqueda social Topsy, utilizando el *hashtag* general para las series (#gameofthrones, #thewalkingdead) y *hashtags* específicos (p. ej.: #gotseasonfinale) a través de una búsqueda restringida al intervalo de tiempo antes descrito. En los foros, se recolectaron comentarios de los hilos de discusión abiertos por los usuarios. Cabe mencionar que en los casos en que estos espacios no albergaban suficientes publicaciones para completar la muestra, se recuperaron comentarios provenientes de hilos de discusión abiertos en fechas previas.

Serie	Recurso	Dirección web	Fechas de recogida	N° de comentarios
Game of Thrones	Facebook	https://www.facebook.com/GameOfThrones	9 a 11 de junio de 2013	50
		https://www.facebook.com/GameofThronesLAT		
	Twitter	https://twitter.com/GameOfThrones (Comentarios de internautas a través de Topsy)		50
	Foros	http://www.asshai.com/foro/index.php		50
		http://asoiaf.westeros.org/index.php/forum/31-game-of-thrones-the-hbo-tv-series/		
	Facebook	https://www.facebook.com/GameOfThrones	15 a 17 de junio de 2014	50
		https://www.facebook.com/GameofThronesLAT		
Twitter	https://twitter.com/GameOfThrones (Comentarios de internautas a través de Topsy)	50		
Foros	http://asoiaf.westeros.org/index.php/forum/31-game-of-thrones-the-hbo-tv-series/	50		
	http://www.asshai.com/foro/index.php			
	Facebook	https://www.facebook.com/TheWalkingDeadAMC	31 de marzo al 2	25

<i>The Walking Dead</i>	Twitter	https://twitter.com/WalkingDead_AMC (Comentarios de internautas a través de Topsy)	de abril de 2013	25
	Foro	http://walkingdead.es/foro/		25
	Facebook	https://www.facebook.com/TheWalkingDeadAMC		50
	Twitter	https://twitter.com/WalkingDead_AMC (Comentarios de internautas a través de Topsy)	3 a 5 de diciembre de 2013	50
	Foro	http://walkingdead.es/foro/		50
	Facebook	https://www.facebook.com/TheWalkingDeadAMC		25
	Twitter	https://twitter.com/WalkingDead_AMC (Comentarios de internautas a través de Topsy)	25 a 27 de noviembre de 2014	25
	Foro	http://walkingdead.es/foro/		25
Total comentarios de internautas				600

Tabla 3. Mapa de recursos web

0.6.2.2 Fase B. Categorías de análisis del discurso de la audiencia

Una vez recolectada la muestra de comentarios de internautas en copias estáticas en documentos .DOCX¹ (documentos primarios), se procedió a etiquetar cada unidad discursiva en relación a una categoría y subcategoría para facilitar su interpretación. Esta labor se desprende del modelo propuesto por Lacalle en varios proyectos de investigación desarrollados por el OFENT. Una primera aproximación al corpus discursivo permitió conocer qué temáticas eran recurrentes y por tanto, qué categorías establecer. Es importante señalar que la complejidad de cada unidad discursiva podía demandar el uso de varias etiquetas.

Categorías	Subcategorías	Aclaraciones
------------	---------------	--------------

¹ Debido a su extensión, los documentos primarios se alojan en los anexos de la versión digital de este trabajo investigativo.

Narrativa	Tramas	Tramas positivo	Se incluyen las felicitaciones a la cadena o a los guionistas.
		Tramas negativo	
		Tramas neutro	Resúmenes objetivos de las tramas, hipótesis, recomendaciones de cómo debieron ocurrir los eventos.
	Personajes	Personajes positivo	
		Personajes negativo	
		Personajes neutro	Se menciona a un personaje sin opinar sobre él. Se citan frases o diálogos de los personajes.
Producción		Comentarios sobre la música, escenarios, iconografía de la serie, etc.	
Actores	Actores positivo		
	Actores negativo		
	Actores neutro	Se nombra a los actores sin opinar sobre ellos, se citan declaraciones de los actores sobre sus personajes o la serie. P. ej.: «Norman who plays Daryl said best you can't have the same thing over and over again every season»	
Extimidad	Intimista	Hábitos de visionado, recuerdos, aspiraciones (con un enfoque diferente a las teorías, es más la expresión de un deseo, p. ej.: «espero que Carol y Daryl terminen juntos», datos personales, reflexiones basadas en la trama, p. ej.: «Monsters make us act like monsters. Or do they?»).	
	Sentimientos	El usuario reconoce que está enganchado a la serie, p. ej.: «If your a true fan you would appreciate what they gave us!». Expresa entusiasmo, decepción, tristeza, enojo, o hace comentarios irónicos. Manifiesta nerviosismo, ansiedad, alegría, tristeza (por que inicie el episodio, por el fin de la temporada, por la espera a la siguiente).	
Comunidad	Conversación	El usuario lanza o responde preguntas de otros usuarios o del administrador. Opina o hace comentarios (dirigidos a los demás o al administrador), buscando respuesta, aprobación o incitando al debate, también se queja de <i>spoilers</i> . (Muchos de estos comentarios hablan en primera persona del plural y obtienen respuestas).	

	Emoticonos y memes	Los usuarios evidencian que conocen las formas de lenguaje propias de comunidad en la web 2.0. Los primeros integran un componente de extimidad (demostración de sentimientos), los segundos integran un componente autorreferente o referente a otras narrativas.
	Pragmática	El usuario incita o solicita a otros a hacer algo, p. ej.: “no <i>spoilers</i> ”, “vean este enlace”, “pongan el hashtag”. También, hace peticiones a la cadena (directas o a través de quejas u opiniones) de incorporar o eliminar tramas/personajes, de la duración de los capítulos, de la temporada, o de reducir los cortes comerciales.
Referencias	Matriz	El usuario hace referencia a la narrativa matriz (las novelas de ASOIAF y el cómic de TWD).
	Extensiones	En el comentario se hace referencia a extensiones narrativas de la serie.
	Otras (intertextuales)	Se nombra o se cita otra narrativas, p. ej.: «in the season finale Snape kills Dumbledore» (relacionando un giro inesperado en GOT con otra narrativa del subgénero) «How to train your dragon» (haciendo referencia a la relación de Daenerys y sus dragones en la serie GOT), So much politics make this series like The Borgias, but this is still a fantastic epic» (relacionando las tramas políticas de GOT con una serie televisiva histórica).
Otros		Bajo esta etiqueta se catalogan los comentarios que no se relacionan con ninguna de las categorías anteriores.

Tabla 4. Categorías de análisis del discurso de la audiencia. Adaptación de las categorías de análisis del *feedback* de los usuarios propuestas por Lacalle en *Jóvenes y ficción televisiva. Construcción de identidad y transmedialidad*, 2013.

La sistematización en Excel de estas etiquetas permitió arrojar datos cuantitativos útiles para completar el análisis cualitativo. Igualmente, los hallazgos tras la lectura exhaustiva de cada una de las 600 unidades discursivas se exponen en el tercer capítulo de este trabajo investigativo.

0.6.3 Tercera parte. Encuesta

0.6.3.1 Fase A. Diseño del instrumento

Como tercera parte de la metodología se implementó la técnica de la encuesta con el fin de recabar información demográfica de la audiencia así como de sus prácticas como consumidores de estas ficciones televisivas. La encuesta incluyó diez preguntas, diseñadas para contestarse en un tiempo estimado de dos minutos. Se redactó en español e inglés con el objetivo de que tuviera un mayor alcance y se dirigió a dos grupos: los seguidores de GOT, y los seguidores de TWD, de este modo, se contó con cuatro versiones de la misma encuesta.

Encuesta para fans de GOT en español:



Figura 1. Versión N°1 de la encuesta. Portada y agradecimientos. Elaboración propia a través de la plataforma Typeform.

Encuesta para fans de GOT en inglés:

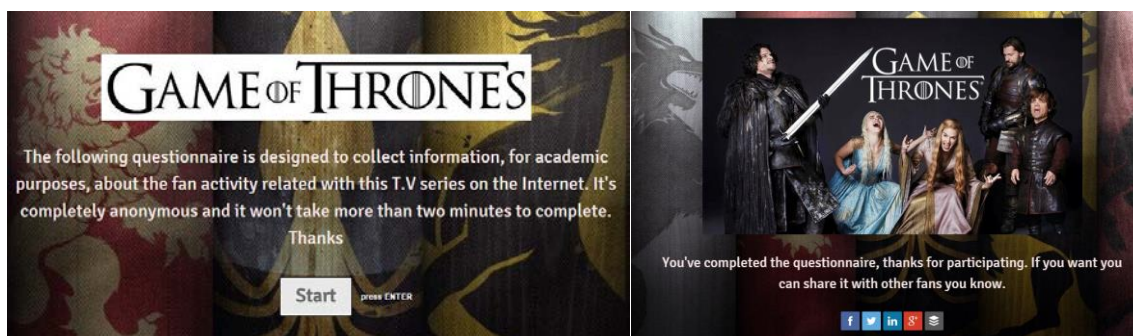


Figura 2. Versión N°2 de la encuesta. Portada y agradecimientos. Elaboración propia a través de la plataforma Typeform.

Encuesta para fans de TWD en español:



Figura 3. Versión N°3 de la encuesta. Portada y agradecimientos. Elaboración propia a través de la plataforma Typeform.

Encuesta para fans de TWD en inglés:



Figura 4. Versión N°4 de la encuesta. Portada y agradecimientos. Elaboración propia a través de la plataforma Typeform.

El formato manejó preguntas de selección múltiple con opción a una única o varias respuestas. Los aspectos a indagar fueron los siguientes:

- Edad, género y nivel educativo.
- Nivel de participación en foros en línea dedicados a las series objeto de estudio.

- Seguimiento de las series en internet.
- Productividad de los fans de GOT y TWD en la web social y fuera de ella.

1	<input type="text"/> * Age
2	<input checked="" type="checkbox"/> * Gender
3	<input checked="" type="checkbox"/> * Education level
4	<input checked="" type="checkbox"/> * Are you registered in at least one online forum for this T.V series?
5	<input checked="" type="checkbox"/> Why do you think that you don't need to participate in the online forum
6	<input checked="" type="checkbox"/> * What kind of material related with this T.V series do you search in the web?
7	<input checked="" type="checkbox"/> * How often do you search information or material related to this T.V series?
8	<input checked="" type="checkbox"/> * Do you own a website or blog, where you post any material based on this T.V series?
9	<input checked="" type="checkbox"/> * Have you created any kind of fan material based on this T.V series?
10	<input checked="" type="checkbox"/> * This is the last one, are you engaged with fan activities outside the web?

Figura 5. Preguntas de la encuesta en inglés. Elaboración propia.

1	<input type="text"/> * Edad
2	<input checked="" type="checkbox"/> * Género
3	<input checked="" type="checkbox"/> * Nivel educativo
4	<input checked="" type="checkbox"/> * ¿Te encuentras inscrito en al menos un foro online sobre la serie?
5	<input checked="" type="checkbox"/> ¿Por qué consideras que no necesitas contribuir en el foro?
6	<input checked="" type="checkbox"/> * ¿Que tipo de material relacionado con la serie buscas en Internet?
7	<input checked="" type="checkbox"/> * ¿Con qué frecuencia buscas información o material relacionado con la serie?
8	<input checked="" type="checkbox"/> * ¿Tienes una web propia o blog donde publicas material de la serie?
9	<input checked="" type="checkbox"/> * ¿Has creado algún tipo de material fan basado en la serie?
10	<input checked="" type="checkbox"/> * Por último, ¿participas en actividades fan fuera de Internet?

Figura 6. Preguntas de la encuesta en español. Elaboración propia.

El instrumento se elaboró a través de la plataforma en línea Typeform, la cual permite construir formularios con diseños personalizados. En este caso se utilizaron imágenes relacionadas con el universo narrativo de las series. La interface intuitiva permite amenizar el diligenciamiento, y facilitar el acceso a través de diversos tipos de dispositivos: ordenadores, portátiles, tabletas y *smartphones*. La herramienta además arroja automáticamente resultados porcentuales de las respuestas obtenidas.



Figura 7. Visualización de las respuestas con sus respectivos porcentajes a través de la plataforma Typeform.

Proceso de validación

Una vez diseñado el borrador definitivo, se realizó una prueba piloto con el objetivo de detectar fallos y sesgos en las preguntas y anticipar posibles errores en la recolección de los datos. En esta prueba participaron estudiantes de Máster y Doctorado en Comunicación y Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona. Los resultados de este test de prueba únicamente ayudaron a la mejora del formato y no se incluyen en los resultados obtenidos de la encuesta aplicada.

0.6.3.2 Fase B. Difusión de la encuesta

La encuesta se divulgó a través de páginas de Facebook y foros dedicados a las series desde el 22 de mayo de 2014 y continuó promoviéndose a lo largo de 2015. Asimismo, al final de la encuesta se invitaba a los participantes a compartirla con sus contactos en redes sociales. Esta campaña también contó con el apoyo de los administradores

de estos recursos web, y del académico Javier Lozano Delmar de la Universidad Loyola Andalucía.

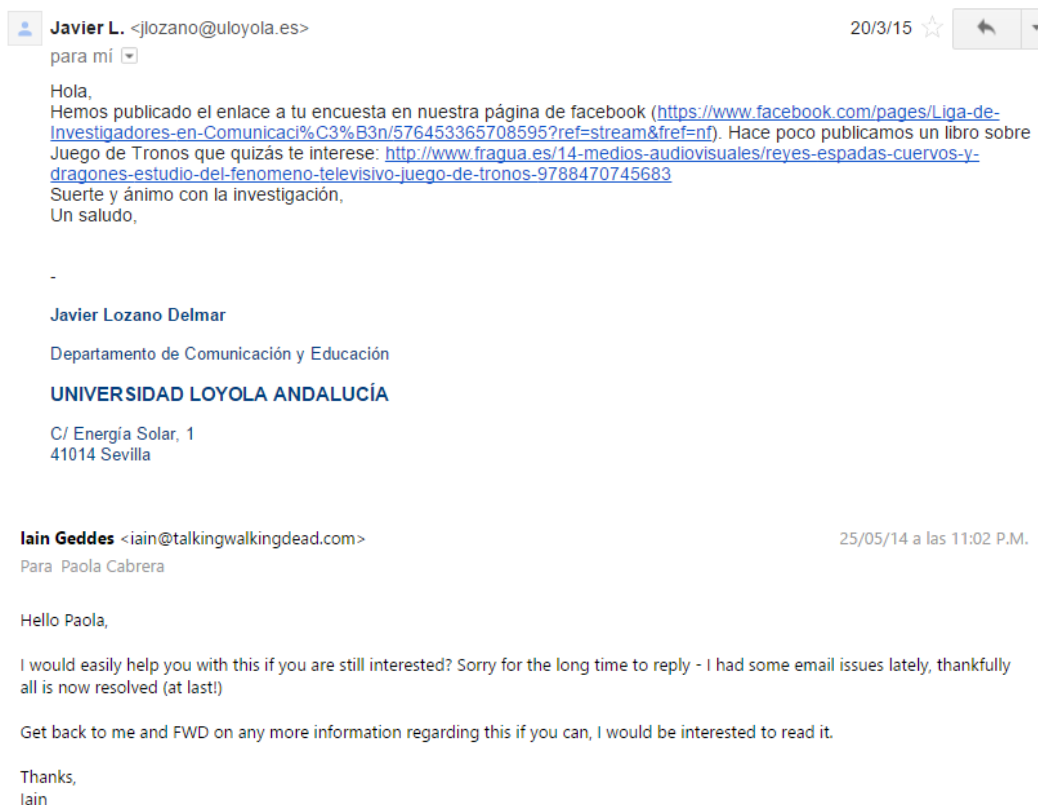


Figura 8. Evidencia de la solicitud de colaboración para la promoción de la encuesta.

La encuesta obtuvo 420 participaciones. Los datos obtenidos a través de este instrumento, y su correspondiente análisis, se exponen en el tercer capítulo y en las conclusiones de esta investigación. Debido a su extensión, las cuatro versiones del formato y las respuestas obtenidas se encuentran en los anexos de la versión digital de este trabajo.

0.7 Estructura de la investigación

El análisis de la dinámica contemporánea entre industrias y audiencia propuesto en esta tesis comienza por una incursión al fenómeno fan, luego explica la narratología

de las ficciones televisivas contemporáneas, y finaliza con una descripción de las características principales de las series objeto de estudio como contexto para el análisis de recepción. Considerando la web 2.0 un punto de inflexión para los fandoms, el primer capítulo se divide en dos partes: la primera, relata las aproximaciones académicas previas a la web 2.0, desde el paradigma de incorporación/resistencia, esto es, la idea de que los fans se apropiaban de textos de la cultura popular en resistencia a la hegemonía impuesta por una élite, pasando por las diversas propuestas para la categorización de la audiencia y sus prácticas de consumo, hasta el subsecuente enfoque en la identificación de la audiencia con textos populares en procesos de construcción de identidad. Luego, hace énfasis en las formas de productividad más representativas de los fandoms, el *fanfiction* y el *cosplay* antes de la web 2.0, y finalmente, como ejemplo de la conformación de un fandom transnacional, ofrece una breve reseña de la evolución del fandom de manga y anime en occidente, caso que describe el surgimiento gradual y orgánico de los diferentes tipos de productividad fan. La segunda parte revisa los cambios que supuso la web 2.0 a las prácticas de los fandoms y al estudio académico de este fenómeno. Asimismo, destaca la cultura del *spoiler* y la tendencia friki en los productos culturales actuales. Por último, examina algunas formas de productividad fan propiciadas por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el contexto de la web social.

El segundo capítulo parte de una reflexión sobre las narrativas contemporáneas teniendo en cuenta la influencia de los medios en la vida social, la globalización, los cambios en la industria y la evolución de la audiencia. Luego realiza una introducción de la narratología de ficción televisiva hacia la complejidad de las estructuras actuales, resaltando los elementos narrativos: eventos, temporalidad, personajes y universo narrativo. Seguidamente, explica la narrativa transmedia y sus modelos aplicados. Para finalizar, explora los subgéneros zombi y fantasía épica los cuales alimentan el universo narrativo de las series objeto de estudio.

El tercer capítulo contiene una descripción de los elementos principales de las ficciones televisivas seleccionadas, incluyendo sus estrategias transmediáticas, con

el fin de contextualizar el análisis de recepción fruto de la metodología aplicada. Los resultados se exponen en la segunda parte de este capítulo, y las reflexiones finales se concretan en las conclusiones de este trabajo investigativo.

Capítulo 1. Fandom televisivo

1.1 Los fans antes de la web 2.0

En los albores de las investigaciones sobre este tema, se partía de una visión de los fans como individuos con disfunciones psicológicas, que llevaban su admiración a niveles extremos. Los medios se encargaban de alimentar este retrato, destacando casos en los que la obsesión de ciertos individuos por celebridades habría derivado en acciones homicidas². En la ficción, las representaciones eran del mismo corte si de suspense se trataba. En la comedia, se recurría a descripciones menos peligrosas pero que igualmente reforzaban el precepto del individuo desadaptado e inestable³.

Además del estereotipo solitario obsesivo, otra caracterización común de los fans en el imaginario popular y académico era el de la horda histérica. En este caso, las lealtades irracionales hacia equipos de fútbol o bandas de rock conllevaban a la violencia y el desenfreno en momentos de frenesí. Estas generalizaciones difícilmente daban cabida a cuestionamientos más profundos sobre el tema.

Muy poca literatura explora el fandom como un fenómeno sociocultural normal y cotidiano (...) el fan es visto como irracional, fuera de control y presa de un número de fuerzas externas. La influencia de los medios, la sociedad narcisista, la hipnótica música rock, y el contagio de las masas se invocan para explicar cómo los fans se convierten en víctimas de su fandom⁴ (Jenson, 1992, pág. 13).

² Véase Jenkins, 1992; Sandvoss 2005.

³ Véase Jenkins, 1992; Lewis 1992.

⁴ En el original: there is very little literature that explores fandom as a normal, everyday cultural or social phenomenon [...] the fan is seen as being irrational, out of control and prey to a number of external forces. The

Comenzando los noventa y rodeados de estas connotaciones negativas, varios académicos ofrecieron nuevas definiciones sobre el fenómeno, al identificar las intrincadas relaciones entre los fans como agentes activos dentro de la cultura popular.

En *Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization*, Jolie Jenson (1992) se cuestiona si la idea de que los fans sufren de una deficiencia psicológica que los hace más susceptibles de la influencia de los medios, surge por la discriminación de la clase alta hacia la cultura popular. Jenson evidencia que las mismas características asociadas a los fans (la profunda afinidad, el conocimiento detallado, la discusión con otros que conduce a un sentimiento de comunidad) son calificadas de manera distinta cuando el objeto de afecto es aceptado por la clase alta, entonces ya no se es un fan sino un aficionado o un experto. Asimismo reconoce que es una cuestión de estatus y clase cómo se expresen esas afinidades; un comportamiento mesurado es más admirable que uno pasional «una 'buena' audiencia es pasiva, callada y respetuosa (no activa, ni crítica)⁵» (Pág. 20).

Esta autora encuentra que, reducir el fenómeno fan a un estereotipo es un intento de segregar aquello que se sale de las normas establecidas por una élite, y no permite conducir una investigación crítica sobre las relaciones de la sociedad contemporánea y los medios de comunicación.

De acuerdo con Jenson, Jenkins argumenta en su libro de 1992, que las actividades de apropiación de los textos mediáticos por parte de los fans, son una resistencia a la imposición de significados unilaterales por parte de la cultura de masas. Basado en el trabajo de Certau (1984), define esta actividad como *poaching*, un término que hace referencia al traspaso ilegal dentro de una propiedad para cazar. El concepto según Jenkins:

influence of the media, a narcissistic society, hypnotic rock music, and crowd contagion are invoked to explain how fans become victims of their fandom (Jenson, 1992, pág. 13)

⁵ En el original: 'good' audiences are passive and quiet and respectful (not active, vocal or critical) (Jenson, 1992, pág. 20)

... refleja las diferencias de poder que hay entre los «terratenientes» y los «piratas»⁶, pero también reconoce las distintas formas que tienen los fans de escapar a las restricciones legales sobre sus placeres y de desafiar los intentos de regular la producción y circulación de los significados populares. (Jenkins, 2010, pág. 48).

El *poaching*, como una actividad nómada, faculta a los fans a moverse entre diversos textos y hacer conexiones intertextuales en su trabajo transformativo. Al mismo tiempo, construyen una identidad dentro de una subcultura calificada como impropia, al surgir de algo calificado como trivial por el sistema de valores dominante.

La conceptualización de los fans se centró entonces en el empoderamiento de estos grupos sociales marginados, y en una posición defensiva frente a los prejuicios de la clase burguesa sobre la cultura popular. Bacon-Smith (1992) además destacó en su libro *Enterprising Woman*, el protagonismo femenino en relación a las múltiples formas de reinterpretación de los textos, en contraposición a los subordinados roles de las mujeres tanto en la ficción como en la vida real.

En relación al fandom y el género, Lewis (1992) analizó siete films de Hollywood sobre fans en '*Something More Than Love: Fan Stories on Film*', en los cuales identificó una asociación deliberada entre inmadurez y femineidad tanto para ridiculizar a las mujeres como al fandom. Aunque la mayoría de personajes en su estudio son masculinos, al ser fans, sus roles tienden hacia estereotipos negativos de la femineidad.

Este análisis de Lewis, (así como el de Jenson mencionado previamente) forma parte del libro *Adoring Audience*, una publicación que, según Harrington y Bielby, es considerada como la segunda más importante a los estudios sobre fans, por sesenta y cinco académicos de veinte países, después de *Textual Poachers*, de Henry Jenkins (citado en Hills, 2013).

⁶ El término original, *poachers*, se ha traducido en la versión de este libro en castellano como piratas.

Adoring Audience explora aspectos del fenómeno fan como el género, las relaciones con la industria, la participación y la productividad. En ella contribuyen varios académicos incluyendo el propio Jenkins, quien trae a colación la práctica del *filking*⁷ dentro del fandom de ciencia ficción para «ejemplificar los aspectos más nómadas del *poaching*⁸» (1992, pág. 216). Con ello ratifica sus observaciones del fandom como una comunidad social alternativa e interpretativa que conforma un particular *mundo del arte*, adaptando el sentido que le otorga Howard Becker (1982) a este término (una red de enlaces cooperativos entre instituciones de producción, distribución, consumo, interpretación y evaluación artística) al sistema evidenciado por el fandom.

En el capítulo *The Cultural Economy Of Fandom* incluido en de *Adoring Audience*, John Fiske consigue identificar el estatus de los fandom en el espacio social, acotar los modos de producción dentro de dicho sistema, y describir la naturaleza de su capital cultural, sentando con ello un precedente para estudios posteriores, que continúa siendo relevante, aun con las transformaciones que supuso la web 2.0 a los fandoms.

Fiske (1992) considera que los fans crean una cultura con su propio sistema de producción y distribución y que forman una «‘economía cultural a la sombra’ situada fuera de las industrias culturales aun cuando comparten características con ellas, que incluso otras culturas populares más normales no poseen⁹» (Fiske, 1992, pág. 30).

Para su análisis, Fiske toma como referencia a Bourdieu (1984) para hablar del capital cultural y señala que este autor subestima la capacidad creativa del proletariado - privados de capital económico y cultural en su esquema bidimensional- un capital que se produciría externo y a menudo en contra del capital cultural oficial. Fiske rescata

⁷ El término filk resulta de la unión de la abreviatura *fi* para ficción y *folk* de *folk music*, música popular estadounidense. *Filking* es la práctica de tomar melodías populares como base para componer letras de canciones inspiradas en textos de ciencia ficción.

⁸ En el original: exemplifying the more ‘nomadic’ aspects of textual ‘poaching’ (Jenkins, 1992, pág. 216).

⁹ En el original: ‘shadow cultural economy’ that lies outside that of the cultural industries yet shares features with them which more normal popular culture lacks (Fiske, 1992, pág. 30).

del modelo de Bourdieu el concepto de *habitus* que «engloba nuestra posición dentro del espacio social, la manera de vivir en coherencia con él y lo que Bourdieu llama las disposiciones asociadas de pensamiento, gustos culturales y formas de sentir [...] reformulando la relación entre dominación y subjetividad¹⁰» (Fiske, 1992, págs. 32,33). Asimismo, resalta el hecho de que este espacio social es dinámico; los individuos y grupos sociales pueden adquirir y perder capital cambiando así su *habitus*. Bajo este modelo, Fiske insiste en que los fandom:

...son productores activos y usuarios de tal capital cultural y, nivel de organización, que comienzan a reproducir equivalentes de las instituciones formales de la cultura oficial [...] ofrecen formas de llenar las carencias culturales y proveen el prestigio social y la autoestima que van con la cultural capital¹¹ (Fiske, 1992, pág. 33).

Ahora bien, Fiske afirma que el capital cultural popular a diferencia del capital cultural oficial, no puede ser convertido en capital económico, salvo excepciones puntuales. Las ganancias que se obtienen de adquirir dicho capital cultural se traducen en satisfacción personal y reconocimiento dentro del mismo grupo social, aunque también en el fomento a la habilidad autodidacta, lo que traería beneficios educativos, que contribuirían a mejorar el estatus económico.

A raíz de este entendimiento del esquema de Bourdieu, Fiske decide examinar a los fandoms bajo tres lineamientos: discriminación y distinción, productividad y participación, y acumulación de capital. En relación al primero, este autor agrega las variables de edad, género y clase, al modelo de Bourdieu, el cual contempla únicamente los aspectos económicos para la discriminación. Al hacerlo, identifica la tendencia de los fans de mayor edad, de género masculino y con una alta educación, a elegir criterios estéticos oficiales para sus prácticas de consumo y producción,

¹⁰ En el original: It encompasses our position within the social space, the ways of living that go with it and what Bourdieu calls the associated 'dispositions' of mind, cultural tastes and ways of thinking and feeling [...] it reformulates the relationship between domination and subjectivity (Fiske, 1992, págs. 32,33).

¹¹ En el original: are active producers and users of such cultural capital and, the level of fan organization, begin to reproduce equivalents of the formal institutions of official culture [...] Fandom offers ways of filling cultural lack and provide de social prestige and self-esteem that go with cultural capital (Fiske, 1992, pág. 33).

puesto que han estado más “expuestos” al *habitus* que los promueve. Aquellos fans más jóvenes, o de género femenino, o con menos educación se basarían en el criterio popular. Bajo esta lógica, habría lugar a discriminaciones de los productos culturales del fandom y a distinciones sociales entre los mismos fans tal y como se producen entre la cultura oficial y la popular.

Basado en la idea de que la cultura popular surge como respuesta de la gente a los productos ofrecidos por la industria cultural, Fiske propone entenderla en términos de productividad más que de recepción. En razón a ello, identifica que la participación y la productividad de los fans pueden ser catalogadas de tres maneras, que a menudo conviven simultáneamente en un mismo fan.

El modelo de Fiske identifica tres tipos de productividad: semiótica, enunciativa y textual. La primera es atribuible no solo a los fans en específico, pues hace referencia a cómo la audiencia en general asimila los textos mediáticos y construye a partir de ellos su identidad y experiencia social; este proceso es interno y pasa a ser enunciativo cuando se expresa verbalmente o a través del estilo personal (ropa, accesorios, maquillaje etc.), lo que afirma un sentido de pertenencia dentro de una comunidad fan en particular. Finalmente, hablamos de productividad textual, cuando los fans, basados en los productos de la industria cultural de su preferencia, crean y ponen en circulación material multimedia y ayudan a construir y difundir el texto original por medio de actividades. Para ilustrar esto último, Fiske menciona a los fans que asisten a un partido de fútbol o a un concierto de rock vistiéndose como sus ídolos, o el visionado comunitario e interactivo de films como *The Rocky Horror Picture Show*, actividades que les permiten ser parte del espectáculo, completarlo y promocionarlo.

En la era preinternet, la productividad enunciativa tenía un alcance limitado a un contexto social inmediato (casa, escuela, trabajo) y aunque la productividad textual también tendría una difusión restringida (ya que por lo general un fandom no tiene mayor interés en circular sus producciones fuera de su comunidad) el hecho de materializar los significados intangibles de lo enunciativo, en producciones de una

validez equiparable con las de la cultura oficial, es lo que le da a la productividad textual una mayor importancia dentro de la economía cultural del fandom.

El último lineamiento que Fiske discute es la acumulación de capital. Teniendo en cuenta que «el conocimiento, como el dinero, será siempre una fuente de poder¹²» (Fiske, 1992, pág. 43), este autor identifica en la acumulación de conocimiento la base para construir el capital cultural del fandom, igual a como sucede en la cultura oficial.

Las industrias culturales proveen al fandom el acceso al material con que construyen la enciclopedia colectiva de su objeto de culto. Los fans usan este conocimiento para obtener poder sobre el texto original. Entre más saben sobre él más sienten que lo poseen. Un producto de la cultura oficial rara vez conduce a la participación; permite una crítica del mismo, una comparación con otros, pero no está abierto a la reescritura, al trabajo transformativo. Esto sucede por su estatus de obra de arte, de singularidad creativa que no amerita intervención.

El poder que se obtiene del conocimiento detallado no solo se traduce en una participación activa que enriquece la experiencia de consumo sino que también genera un estatus de experto; igual que en el *habitus* dominante, en la comunidad fan, las personas con mayor conocimiento se convierten en líderes de opinión.

Otra actividad que la cultura fan tiene en común con la cultura oficial es la colección de objetos. Algunos fans optan por ostentar una colección numerosa más que selecta, de objetos de su fandom. Otros, con más capacidad económica, pueden permitirse adquirir piezas únicas y auténticas. Tal como sucede en la cultura oficial, unos pueden comprar piezas de arte, otros, reproducciones.

Podemos ver como la cultura fan adapta las dinámicas del *habitus* dominante a su *habitus* subordinado, cuando transforman el capital cultural en capital económico mediante la valorización de un objeto de acuerdo a su rareza. A la sombra de la cultura

¹² En el original: Knowledge, like money, is always a source of power (Fiske, 1992, pág. 43).

económica, se crea un comercio de objetos coleccionables, desvalorados por la cultura oficial al pertenecer a la cultura popular. De esta manera la cultura fan accede al sistema económico, restringido por otras vías.

Fiske utiliza el esquema de Bourdieu que segmenta la sociedad en privilegiados y proletariado, según la cantidad y el tipo de capital económico y cultural que poseen, para demostrar que existe este otro sistema que opera como su 'sombra'.

En la cultura fan son otros los parámetros que rigen la sociología de la adquisición y el mantenimiento de estos capitales, pero las dinámicas entre los individuos son básicamente las mismas. Dentro de la importancia que tienen las industrias culturales en las sociedades capitalistas, los fans emergen como consumidores críticos y selectivos de los productos de estas industrias, y a partir de ello, como productores prolíficos de capital cultural traducible a capital económico; que si bien en la época de este estudio apenas comenzaba a ser visible, hoy en día se hace evidente.

En su libro de 1992, *Textual Poachers*, Jenkins analiza el proceso entre industrias y fans para entender de qué forma algunos textos de la cultura popular logran despertar emociones en los espectadores convirtiéndolos en fans y cómo esta experiencia permea sus interacciones sociales.

Jenkins parte de la comprensión de que la conexión que se tiene con el texto es emocional, y es por ello que los comportamientos expresados por las personas que se identifican a sí mismas como fans pueden resultar 'excesivos' o 'triviales' y en ese sentido evoquen el estereotipo del fan obsesivo e inmaduro. Por esta razón invita a reflexionar acerca de si estas prácticas se juzgarían de igual forma si se aplicaran a textos valorados positivamente por la élite (de nuevo, la cultura oficial versus la cultura popular).

Jenkins enfatiza en que no se trata de poner en el mismo nivel a los programas de televisión y las obras de arte, recalcando que los fans son los primeros en identificar los fallos de estos textos, pero en vez de discriminarlos por sus falencias, ven la

posibilidad de subvertirlos (lo que entraría en la lógica de Fiske, de que las industrias culturales ofrecen productos para ser completados, promoviendo la participación). Este autor acepta que los críticos de aquel entonces sí que reconocían que algunas piezas de la cultura popular eran meritorias de atención, pero tendían a hacerlo poniendo una distancia entre ellos y el texto, un dictamen proveniente de la estética burguesa, que, citando a Bourdieu¹³ «valora sistemáticamente la distancia, el desinterés, la indiferencia, por encima de la inmediatez y la proximidad afectiva de la estética popular» (Jenkins, 2010, pág. 80).

El estudio que realiza Jenkins es importante porque además de justificar la relevancia de los fans para las industrias culturales y el capital cultural y económico, saca a la luz las prácticas íntimas de consumo de los individuos, ofreciendo una aproximación psicológica al fan y su nexa con los textos. A través de varios testimonios de fans de series y películas populares en los ochenta y los noventa, Jenkins retrata las prácticas de estos en aquel entonces, cuando la mayoría dependía de la tecnología análoga y solo algunos pocos podían acceder a incipientes grupos de discusión por correo electrónico en las primeras redes informáticas.

La guía de televisión impresa, con sus breves reseñas de los programas, constituía una fuente importante de información para los fans, quienes, identificados ya con ciertos géneros, como por ejemplo la ciencia ficción, podían seleccionar entre las nuevas propuestas, alguna con potencial de convertirse en su nuevo texto de culto. De este modo agendaban una cita para ver el estreno, al cual solo podían acceder en un día y una fecha específica, a través de la cadena emisora. Dependiendo de que tanto prometía el nuevo programa, preparaban una cinta de video para grabarlo. De este modo, si el programa les gustaba, podían repetir el visionado de los episodios.

Las primeras señales de que se había establecido un vínculo emocional más que racional con el texto, las daba el hecho de repetirse los episodios porque la espera

¹³ Véase Bourdieu *The Aristocracy of Culture*. 1980. Págs. 237-239.

para el siguiente era demasiado larga (generalmente una semana). Esta relectura invitaba a una examinación cuidadosa de las tramas y los personajes y a una exposición constante al mundo de la ficción en general. Con ello se iba construyendo un conocimiento detallado que necesitaba ser expresado.

En primera instancia esto ocurría dentro del círculo social más cercano, con bromas referenciando elementos de la serie, charlas informales, hasta análisis de episodios. A medida que crecía el apego por el texto, la necesidad de conseguir más información aumentaba. La guía televisiva y sus escuetas reseñas, volvía a cobrar importancia como materia prima para fabricar teorías acerca de las tramas venideras; pero había que discutir esas teorías. El círculo familiar se quedaba estrecho.

Exponiendo estas experiencias vitales, Jenkins aborda la práctica de la relectura para analizar el papel que juega en el consumo popular. En principio encuentra que la discusión sobre esta práctica tiene en cuenta únicamente a la literatura tradicional y a films considerados de culto, que son los que merecen si acaso un segundo examen para analizar otros significados temáticos, puesto que ya se habría agotado la intención de saber cómo terminará la historia. Los productos populares por su parte, no tendrían la profundidad necesaria para invitar a una relectura.

Jenkins también reflexiona que, en sí misma la lectura es una relectura, toda vez que requiere de antecedentes culturales extraídos de textos previos en un ejercicio intertextual. Se apoya en Barthes (1975) para destacar que la relectura ya deja de ser un consumo y se convierte en un juego, uno que permite al lector priorizar ciertos aspectos de la narración, y de este modo, ejercer control sobre el texto.

En relación a la industria televisiva, Jenkins aduce que si el fin de estas es vender espectadores a los anunciantes, resultan más rentables las series cuya calidad y nexos con el televidente permitan las reposiciones y redifusiones. Sin embargo, aunque los fans disfrutaran de estas modalidades ofrecidas por las industrias del entretenimiento, son más propensos a valerse de sus propios medios para la relectura.

La tecnología de aquel entonces permitía la grabación en cintas de video, con lo cual los fans no tenían que depender de los horarios de las cadenas. Esta actividad no solo promovía los reencuentros con los textos sino también entre los mismos fans.

Los clubes de fans eran los lugares a los que se acudía para disfrutar de esta actividad en forma grupal a través de las famosas maratones de visionado, y en donde se podía adquirir más conocimiento. Con el intercambio de cintas, se tenía acceso a episodios inéditos o a nuevos contenidos. Gracias a estos entornos, muchas ficciones ganaron adeptos en lugares en donde no aun no eran emitidas.

Junto con las cintas de video los fans manufacturaban otros productos para coadyuvar al placer de la relectura. Descripciones detalladas de episodios y otros elementos de la ficción, podían llegar a crear enciclopedias completas. Los fans sabían que podían encontrar información más precisa en ellas que en las de fabricación comercial, porque habían sido escritas con el rigor derivado del profundo afecto de sus pares por el texto.

De esta manera Jenkins nos muestra como la relación entre el fan y su objeto de afecto, en este caso un producto televisivo, inexorablemente lleva a la formación de una comunidad.

La recepción de los fans no puede darse, y de hecho no se da, de forma aislada, pero se estructura a través de la contribución de otros fans y está motivada, al menos en parte, por un deseo de interactuar con una comunidad cultural y social más amplia (Jenkins, 2010, pág. 97).

Asimismo destaca que los nuevos fans aprenden de los que llevan más tiempo dentro de la comunidad «las estrategias interpretativas básicas, y los significados institucionalizados del grupo» (pág. 93), lo que les permite construir colaborativamente un modo de interpretación del texto que magnifica su experiencia de consumo y su sentimiento de propiedad sobre este.

Un argumento que Jenkins expone en *Textual Poachers*, y que retoma y amplía en sus publicaciones siguientes, es el activismo dentro del fandom. En relación a ello describe los casos en que los fans utilizan su organización como plataforma para expresar sus inconformidades y como usualmente se encuentran con la indiferencia de las cadenas de televisión, ya que estas no consideran que sus críticas aporten a su proceso creativo. Con ello contradice a aquellos que afirman que los fans son un sector de la audiencia creada por las industrias; considera que lo que sí acolitan estas, son los clubes oficiales que estandarizan las respuestas de la audiencia y ayudan a conducir a los espectadores al consumo de productos derivados de los programas de televisión.

Sin embargo, el espíritu crítico de los fans no se queda esperando a que las fuentes oficiales cumplan sus deseos. En relación a este punto, Jenkins describe la producción del fandom como respuesta a los intereses culturales de esta comunidad. «Sus obras se apropian de las materias primas de la cultura comercial, pero las utilizan como base para crear una cultura popular contemporánea» (2010, pág. 315).

Los escritos, dibujos, videos y canciones que producen los fans para satisfacer sus deseos, cumplen una serie de parámetros consensuados, y circulan en una red que promueve el beneficio común más que individual.

Jenkins identifica como la profesionalización de estas redes de producción y distribución son un intento de ampliar el alcance de su fandom, sin que prime en ello un interés económico. En los casos estudiados por el autor norteamericano, se aprecia un proceso de construcción de identidad fan y de una comunidad alternativa, que involucra las siguientes acciones:

- El telespectador selecciona una ficción con la que logra establecer un vínculo emotivo. Esto se evidencia por la forma como suele describirla, mezclando sus experiencias personales y los sentimientos que le produce.
- Debe ser una ficción que le provea todo un mundo de elementos con los cuales jugar y establecer conexiones con otros textos y referentes cercanos.

- Entre las prácticas de consumo destaca el visionado repetido o la relectura. Se utiliza la tecnología que esté disponible para acumular conocimiento sobre el texto.
- El mundo de la ficción, entre más se conoce, más permite la interacción, y la mejor forma de construir este conocimiento es discutiéndolo con otros.
- La discusión será más variada y útil en cuanto acceda a una red más amplia y organizada, una comunidad.
- El pertenecer a una comunidad promoverá su participación para la construcción colectiva de un metatexto alrededor de la serie original.
- El nivel de apropiación y transformación del texto original será proporcional a la cantidad de conocimiento que se tenga sobre este.
- La apropiación conllevará a una productividad textual y en ocasiones al activismo.
- El mundo de esta ficción servirá como referente para el encuentro con otros textos.

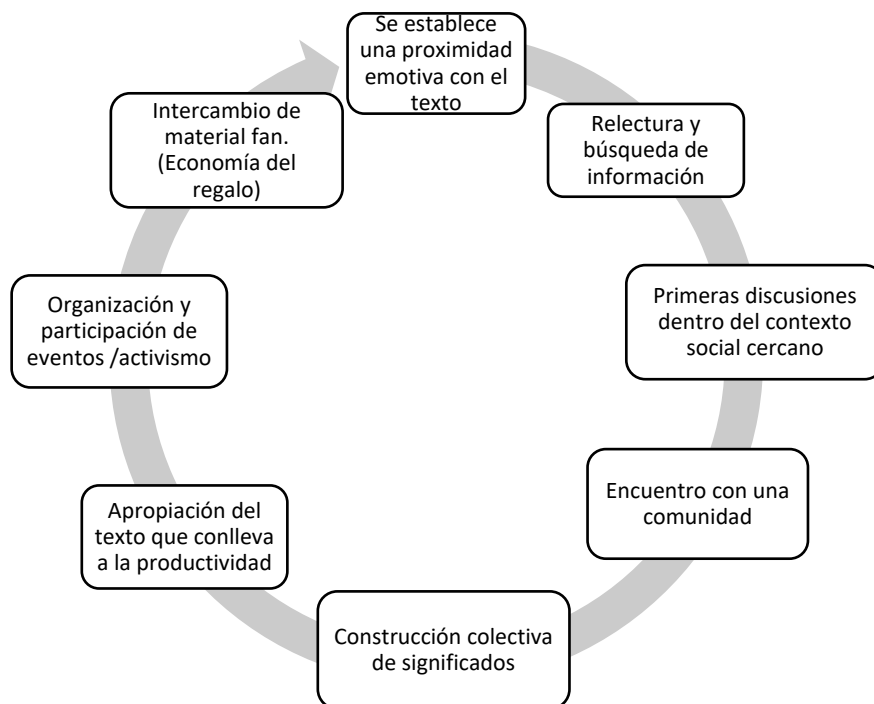


Figura 9. El ciclo del fan televisivo. Elaboración propia.

Algunas de las acciones en este proceso pueden trasladarse, suprimirse y/o no ocurrir de manera escalonada sino quizá de forma simultánea, dependiendo en gran medida del grado de apropiación que se alcance sobre el texto. En *Textual Poachers*, Jenkins se enfoca en el fan que produce contenido, reconociendo por supuesto como nace su afición, pero, asumiendo que cumplirá un ciclo que lo llevará a una meta productiva, en resistencia a la imposición de significados por la cultura de masas. No clarifica si quien permanece en esa etapa temprana en la que se diferencia del espectador común, pueda denominarse de igual manera fan, aunque nunca recorra los otros estadios.

1.2. Taxonomía de los fans. Delimitación para el análisis

Abercrombie y Longhurst (1998) proponen un espectro de la actividad de la audiencia donde se aprecia una progresión de habilidades interpretativas, analíticas y técnicas. Este *continuum* ubica en el extremo izquierdo a los consumidores y en el derecho a los pequeños productores y en el medio a fans, cultistas y entusiastas. Para llegar a esta categorización, estos autores realizan un análisis de la audiencia fundamentado en lo que ellos denominan *paradigma espectáculo/actuación* (SPP por sus siglas en inglés), una propuesta que tiene más en cuenta las particulares formas de construcción de identidad e identificación de la audiencia en la sociedad contemporánea, para explicar el surgimiento de comunidades alternativas como los fans; que el paradigma incorporación/ resistencia expuesto en los primeros estudios de Jenkins y Bacon Smith.

Según el SPP coexistirían tres tipos de audiencia: simple, en masa y difusa. La audiencia simple es la que encontraríamos en un evento o ceremonia, donde la actuación tiene lugar en un lugar público y cumple con ciertos ritos de especial significado para los participantes. Las divisiones entre los actores y la audiencia son claros y la atención que estos últimos prestan al evento es elevada. La audiencia en masa sería producto de un medio como la televisión, en donde la actuación y la audiencia están separados por tiempo y espacio, no se llevan a cabo una serie de

ritos porque el consumo del medio ya ha permeado la vida diaria, y la atención puede variar de focalizada a completamente distraída.

En la audiencia difusa, los límites sociales, espaciales y temporales se erosionan, y esto surge por la interacción de dos procesos, el espectáculo y el narcisismo. En la sociedad contemporánea, la estilización de la vida diaria conlleva a que todo se convierta en un objeto cultural, y en ese mismo modo «las personas se ven a sí mismas como actores que son contemplados por otros; el narcisismo es el tratamiento del yo como espectáculo» (Abercrombie & Longhurst, 1998, pág. 96).

La imaginación se convierte en el vehículo para recorrer este complejo escenario, sustenta el sentido de pertenecer a una comunidad sin localización física, donde tenemos que imaginar al otro y cómo responderá a nuestras actuaciones, además de promover el desarrollo de competencias y habilidades mediáticas para hacer realidad los imaginarios que compartimos.

Es en este circuito de espectáculo y narcisismo, propulsado por la imaginación, donde Abercrombie y Longhurst sitúan los diferentes rangos de audiencia difusa: consumidores, fans, cultistas, entusiastas y productores. El quehacer de los fans descrito por Jenkins se fragmenta a lo largo de este, los tipos de productividad de Fiske se reparten en distintas dosis en cada uno.

Las habilidades técnicas, entendidas como la apreciación de la estética de un texto, son muy específicas en los consumidores, lo que para estos autores evidencia la importancia de los medios en la cotidianidad de todas las personas. A pesar de no contar con un conocimiento preciso, cualquier consumidor puede juzgar la calidad de una producción de las industrias mediáticas.

En los fans, estas críticas están más contextualizadas, en razón a las lecturas y discusiones que establecen con otros. Los cultistas tienen un conocimiento mucho más amplio por su relación cercana con los contenidos que circulan dentro de su culto. Una gran habilidad técnica permite a los entusiastas crear esos contenidos y pasar al

último escaño, el de productores, cuando se especializan en crear y distribuir material para un mercado específico.

Las habilidades analíticas, o el suficiente conocimiento para establecer comparaciones intertextuales, no son profundas en los consumidores, quienes se basan en el gusto para comparar y elegir. Los fans establecen comparaciones únicamente en el género de su interés mientras que los cultistas desarrollan esta habilidad en diferentes contextos. Encontrando estas conexiones, los cultistas desarrollan el mundo de la ficción, lo que a su vez promueve la productividad. Los entusiastas están más inmersos en la productividad a raíz de estas habilidades que ya se toman por descontado. Los productores por su parte las usan para localizar nichos de mercado.

Las habilidades interpretativas en los consumidores se evidencian en las referencias que hacen entre un producto y sus experiencias de vida, en lo cual basan sus decisiones de consumo. Los fans utilizan estas habilidades principalmente para defender su objeto de adoración frente a quienes lo menosprecian, están más relacionadas con su identidad que con el texto en sí. Los cultistas desarrollan habilidades interpretativas cuando argumentan qué objetos representan mejor su culto.

Finalmente, para estos autores, los entusiastas no realizan suposiciones de valor o comparaciones en la medida que están inmersos en la producción. Los productores solo las realizan en beneficio de sus transacciones.

Sandvoss (2005) encuentra una continuación del postulado de Fiske en esta sectorización de audiencia difusa propuesta por Abercrombie y Longhurst e intentando conciliar un esquema con otro, señala que los fans, cultistas y entusiastas se corresponden respectivamente con las tres categorías: semiótica, enunciativa y textual, en tres ejes: uso mediático, conectividad y enfoque.

El primer grupo, 'fans', sigue intensamente un texto cultural particular o ícono casi exclusivamente a través de los medios masivos. Son parte de una audiencia atomizada y no están vinculados entre sí en un nivel organizacional. Los *cultistas* tienen un uso de los medios especializado, como lo es también su objeto de fandom. Adicionalmente, tienden a desarrollar lazos con otros que comparten su fandom aunque de forma desorganizada. En el caso de los entusiastas [...] es su propia actividad y productividad textual el centro de su fandom. Consumen textos especializados de sus colegas entusiastas, como fanzines que son compartidos a través de estructuras organizacionales como convenciones, clubes y comunidades en línea¹⁴ (Sandvoss, 2005, pág. 31).

La conexión que realiza Sandvoss entre estas dos posiciones, surge de su propósito de establecer un mapa de ruta entre las diferentes teorías sobre el fenómeno fan. En el marco de las transformaciones que vivimos a la luz de la globalización, este autor reconoce, tanto la importancia de explorar los diferentes niveles que pueden alcanzar la interconectividad y la producción por parte de la audiencia, como su relevancia en la construcción de una identidad moldeada por el consumo en la sociedad actual.

Los académicos difícilmente llegan a un consenso en el intento de establecer una nomenclatura para los fans realizando conexiones entre su especialidad, su nivel de organización o productividad. Los cultistas para Abercrombie y Longhurst son lo que la mayoría denomina fans. Jenkins y Tulloch (1995) no reconocen a los cultistas pero separan a los fans (participantes activos dentro de un fandom como una institución social) de los seguidores (miembros de la audiencia que regularmente disfrutan de ciertos contenidos para televisión pero que no reclaman una identidad social basada en dicho consumo). Hills (2002) encuentra sentido en la separación que Brooker y Brooker (1996) hacen entre los admiradores de Tarantino, los fans, (más

¹⁴ En el original: The first group, 'fans', intensely follow a particular cultural text or icon almost exclusively through the mass media. They are part of an atomized audience and are not linked with each other on an organizational level. Cultists' media usage is more specialized, as is their object of fandom. Additionally, they tend to develop through albeit largely unorganized ties with others who share their fandom. In the case of enthusiasts [...] their own activity and textual productivity the core of their fandom. Enthusiasts consume highly specialized texts produced by fellow enthusiasts, such as fanzines, which are exchanged through organizational structures such as fan conventions, fan clubs or online communities (Sandvoss, 2005, pág. 31).

comprometidos) y los fans de culto (expertos orientados a formar una comunidad) y decide utilizar este último término cuando el objeto de devoción tiene una calificación de culto.

Sin embargo Hills también reconoce que la noción de fandom de culto estaría conformada por tres definiciones contradictorias: 1. Tautológicas, puesto que el discurso de culto se repite constantemente en los fandoms; 2. Temporales, asumiendo que los fans de culto nacen cuando mantienen la popularidad de su objeto de devoción tiempo después de que este ya no se emita (e incluso logran traerlo de vuelta, como en el caso de *Star Trek*, o *Doctor Who*), mitificando el objeto y el fandom; y 3. Afectivas, cuando se percibe una intensa devoción por parte del fandom televisivo incluso cuando la serie no es longeva y continúa al aire.

Por este motivo, Hills se decanta por hacer uso del término fan de culto para denominar una relación afectiva con un texto mediático, particularmente duradera. Sin embargo insiste en que las definiciones rigurosas son un error académico toda vez que pretenden hacer definitivo un concepto abstracto, se estarían poniendo etiquetas a identidades en constante movimiento, que podrían de hecho objetar dichas descripciones. Además estos intentos taxonómicos no contemplan las variaciones que pueden ocurrir en casos donde un mismo individuo invierte en distintos sitios culturales, incluso incongruentes entre sí.

1.3. Procesos de identidad e identificación en el fandom

Hasta el momento hemos visto que los estudios sobre fandom en un principio se enfocaron en destacar el modo en que los fans se apropiaban de textos de la cultura popular en resistencia a la hegemonía impuesta por una élite y la derivación de este ejercicio hacia una importante producción cultural. El análisis se concentró entonces en diseccionar esta productividad y en la participación cada vez más contundente de estos grupos en el escenario mediático. Teóricamente también se tuvo presente la identificación de la audiencia con textos populares en procesos de construcción de identidad, (Cohen, 2001, 2006; Igartúa y Páez, 1998; Igartúa, 2010; Stacey, 1994),

aunque evitando en lo posible, aproximaciones desde el psicoanálisis que pudieran reiterar la acepción patológica del fan.

Desde una mirada psicosociológica, Grossberg (1992) encuentra que la relación entre fans y textos está mediada por el afecto, entendido como una sensibilidad diferente a la que posee un consumidor habitual. El afecto puede ser medido cuantitativamente, en la intensidad variable de energía que se imprima en las experiencias o prácticas en las que se ha decidido invertir, y cualitativamente, en la naturaleza de estas mismas.

Lo más significativo del afecto es que le permite al fan construir mapas de importancia del entorno cultural, sobre los cuales puede marcar las diferencias en las que quiere invertir. A través de dicha inversión en diferencias específicas, los fans dividen el mundo cultural en *Nosotros* y *Ellos*. Así como se ha designado que las diferencias raciales o de género, por ejemplo, tengan más importancia que otras cualidades físicas para la construcción de identidad, un fan decide, a través de su sensibilidad afectiva, conceder una gran importancia a un producto cultural sobre otro para que este defina gran parte de su identidad. «Todos redefinimos nuestra propia identidad de las relaciones entre nuestras diferencias; reordenamos su importancia, invertimos más de nosotros en unas que en otras¹⁵» (Grossberg, 1992, pág. 58).

Si bien un fandom coincide en la selección de un objeto de la cultura popular para construir su identidad, cada individuo dentro de éste realizaría diferentes inversiones afectivas y escogería los recursos que consideren significativos para poder construir imaginarios que se les amolden, puesto que el afecto es integral a una noción de individualidad (Williams, 2015).

La percepción del objeto del fandom como una extensión del ser, el reconocerse o reflejarse a sí mismo en ese objeto, es un ejercicio narcisista que según Sandvoss

¹⁵ En el original: we redefine our own identity out of the relations among our differences; we reorder their importance, we invest ourselves more in some than in others (Grossberg, 1992, pág. 58).

(2005) es clave para el entendimiento de la identificación del espectador y el texto. El objeto de fandom sea de la naturaleza que sea «está intrínsecamente entretelado con nuestro sentido de identidad, de quienes somos, quienes nos gustaría ser y quienes pensamos que somos¹⁶» (Sandvoss, 2005, pág. 96).

Vimos anteriormente como Abercrombie y Longhurst proponían analizar a la “audiencia difusa” entendiéndola que esta construye y reconstruye su identidad en un circuito de espectáculo y narcisismo (la vida diaria concebida como un espectáculo donde todos somos simultáneamente intérpretes y audiencia). En la sociedad actual, este circuito se alimenta principalmente de las imágenes y narrativas provenientes de los medios. En este sentido, la televisión y el cine a diferencia de, por ejemplo, una obra de teatro, proveen una conexión más cercana con estos imaginarios debido a que ofrecen una interacción continua entre ficción y realidad.

Previamente, Horton y Wohl (1956) habían argumentado que los contenidos producidos para televisión tienen la cualidad de ser más susceptibles de ser emulados, ya que la presencia reiterativa de los personajes en la pantalla los hace más cercanos a la audiencia. A la relación no dialéctica entre el espectador y el intérprete en pantalla la definen como parasocial, en la cual se hace necesaria la fantasía para completar la interacción.

La interacción parasocial (PSI por sus siglas en inglés) es a menudo confundida con la identificación con personajes de ficción. Como lo señala Cohen (2001), ambas son respuestas de la audiencia y son relevantes en el estudio del consumo mediático y sus efectos. Sin embargo, mientras el PSI requiere mantener la identidad propia para poder interactuar con el personaje, la identificación se trata de dejarse absorber por el texto y adoptar momentáneamente (durante la recepción) la identidad del personaje. En el PSI la relación con el personaje equivaldría a una amistad, una relación cercana;

¹⁶ En el original: is intrinsically interwoven with our sense of self, with who we are, would like to be, and think we are (Sandvoss, 2005, pág. 96).

la identificación por otra parte, no admitiría tratar al personaje como alguien externo a sí mismo.

Cohen encuentra tres aspectos básicos en la identificación con personajes: la empatía emotiva (sentir lo que el personaje siente), la cognitiva, (comprender su punto de vista) y la internalización en la ficción, (la sensación de convertirse temporalmente en el personaje). Estas acepciones confluyen con la reflexión de Bourdieu sobre la proximidad afectiva que promueven los textos populares, ya que la estética popular, a diferencia de la estética burguesa -que valora la distancia y la indiferencia- se caracteriza por «el deseo de entrar en el juego, identificarse con las alegrías y penas de los personajes, preocuparse por su futuro, adoptar sus esperanzas e ideales, vivir su vida¹⁷» (citado en Jenkins, 2010, pág. 80).

Duffet (2013) reconoce en los fans la manifestación de «una positiva, personal y relativamente profunda, conexión emocional con un elemento mediático de la cultura popular¹⁸ (Duffett, 2013, pág. 2) y encuentra procesos de inversión afectiva y afinidad no solo con el texto sino con el fandom en sí, pues sugiere que este último es un medio para entrar «a un reino de convicción emocional, donde los sentimientos de cada uno pueden parecer muy personales y sin embargo no tan exclusivamente propios» (Duffett, 2013, pág. 162) resaltando con ello la convergencia individualista y colectiva dentro del proceso de identidad fan.

En los comentarios de fans de *Star Trek* analizados por Cassandra Amesley (Citado en Jenkins, 2010) se evidencia una dualidad interesante entre una cercanía afectiva y una evaluación desapegada del texto que conlleva a una doble postura interpretativa del mismo. Podríamos inferir que la cercanía afectiva se relaciona con procesos de identificación, pues como se puede apreciar en los comentarios de los fans, los

¹⁷ Véase Bourdieu *The Aristocracy of Culture*. 1980. Págs. 237- 239.

¹⁸ En el original: Media fandom is the recognition of a positive, personal, relatively deep, emotional connection with a mediated element of popular culture (Duffett, 2013, pág. 2).

personajes son percibidos con una psiquis y un trasfondo real; mientras que el distanciamiento crítico podría provenir, de la afinidad con el fandom, que requiere esta posición crítica de sus miembros, con el fin de construir colectivamente conocimiento sobre el texto.

Igartúa (2010) confirma en su segundo estudio sobre identificación y persuasión narrativa, que la identificación con personajes está asociada a respuestas cognitivas complejas, como una mejor construcción de un discurso sobre un texto, más no tiene una significativa correlación con una aproximación crítica de su argumento o producción. En el caso de los fans, el hacer una lectura distante, desde su información extratextual, es lo que les permite ser críticos. «Esta distancia de la ficción ayuda a explicar cómo los fans pueden hacer suyo el programa y aun así seguir siendo parcialmente libres en su posicionamiento ideológico» (Jenkins, 2010, pág. 87).

Como lo menciona Cohen (2001), la identificación difiere de la simple recepción al impulsar la adopción de ciertos hábitos, condición que es aprovechada para promover el consumo de determinados bienes y servicios. Stacey (1994) encuentra en la respuesta de la audiencia femenina al cine de 1940 cuatro prácticas a las cuales denomina “de identificación extracinemática”, pues ocurrirían después del momento de la recepción: pretensión, semblanza, imitación y copia. La primera hace referencia a fantasear con que sé es la estrella, la segunda a compararse y encontrar características similares con ella, la tercera a hacer el esfuerzo consciente de parecerse adoptando sus comportamientos, y por último, la copia, a recrear la apariencia y el estilo de la estrella.

Dos exitosas producciones estadounidenses, *Pretty Little Liars* (ABC Family, 2010 -) y *Gossip girl* (CW, 2007 - 2012) ejemplifican este concepto de identificación extracinemática de Stacey en adolescentes. Estas series se caracterizan por resaltar en su narrativa visual un componente estético ligado al glamour y el estatus social muy llamativo para la audiencia femenina joven (que constituye la mayoría) que busca emularlo y adaptarlo a su realidad en su proceso de identidad.

Asimismo, la influencia global de los productos culturales surcoreanos que los medios han denominado *ola Hallyu* han potenciado dos importantes mercados. Los *K-dramas* (narrativas en las que se proyecta un estilo de vida urbano sofisticado así como un modelo de belleza física denominado *Ullzang*) han incrementado considerablemente las ventas de marcas de cosmética coreana ya establecidas y la proliferación de marcas nuevas en el mercado¹⁹. Los innovadores productos de belleza surcoreanos ahora pueden ser adquiridos por la audiencia no solo de este país sino de todo el mundo. Por otra parte, este creciente interés por los *K-dramas* aumentó el flujo turístico hacia Corea del Sur. Muchos fans – más que todo de Japón, Taiwán y China – interesados en visitar las locaciones de sus producciones favoritas, renovaron por completo este sector económico (Cho, 2005; Han & Lee, 2008; Kim, 2006).

La imitación se encuentra ligada a otras formas de recepción y a teorías de aprendizaje. Como lo expusieron Maccoby & Wilson en 1957 (citado en Cohen, 2001), además de aprender conductas de personajes de televisión, los individuos también evalúan que tan exitosamente las ponen en práctica. La imitación de modelos de la cultura popular es inherente a nuestra vida moderna y suele darse de manera casi inconsciente. En la novela de 2005 *Never let me go*, de Kazuo Ishiguro, vemos por ejemplo que los clones en su adolescencia, copian manierismos de la televisión (con el fin de integrarse a una sociedad que les excluye) mejorando progresivamente, sin discutirlo o ponerse de acuerdo entre ellos. La imitación es una consecuencia de una identificación previa con personajes, es la exteriorización de este proceso interno.

La identificación con personajes es un proceso que ocurre durante la recepción, en el cual, como se ha explicado antes, la audiencia asume el lugar del personaje. A posteriori, este proceso desencadena otros estrechamente ligados a la identidad de cada individuo. En ese sentido los conceptos de afinidad, imitación, atracción e

¹⁹ Véase Ovelar, María (2014). Corea del Sur quiere dominar el mundo (de la belleza). El País. Recuperado de: <http://smoda.elpais.com/moda/corea-del-sur-quiere-dominar-el-mundo-de-la-belleza/>. [Consulta realizada el 20 de marzo de 2015].

interacción parasocial, se han confundido con la identificación. En el fandom televisivo es claro que ocurre una identificación durante el visionado que permea aspectos de la identidad fan «los fans constantemente demuestran que se involucran con los personajes para hallarle sentido a sus propias experiencias» (Williams, 2015, pág. 23). Asimismo muchos fans establecen interacciones parasociales que les alientan a ser críticos, un ejercicio que dentro de un fandom refuerza la afinidad entre pares y a construir debates que «ofrecen perspectivas no solo sobre los caracteres ficticios, sino también estrategias para resolver problemas personales» (Jenkins, 2010, pág. 105).

Como vimos anteriormente, la identificación también conlleva a la imitación y de allí a fundar hábitos de consumo, incluso puede persuadir al cambio de ideologías (Igartúa, 2010). Como señala Cohen (2001): «al introducir otras perspectivas y persuadir a otros de identificarse con ellas, nuevas posibilidades para el entendimiento se abren y pueden resultar en un cambio de actitud²⁰» (Cohen, 2001, pág. 260).

Los fans aprecian que los personajes estén bien contruidos y tengan una psicología y una historia que puede ser explorada. De esta atracción principal derivan los otros procesos ya mencionados, que en conjunto con tantos otros factores externos, ayudan a edificar la identidad fan.

1.4. Estudios sobre la productividad en el fandom antes de la web 2.0

Entre el compendio investigativo sobre la actividad de los fandoms antes de la web 2.0, se destaca la valoración/apreciación de los textos por parte de los fans, teniendo en cuenta lo que es «correcto» o «incorrecto» según sus propias definiciones. En este aspecto, la metodología académica se ha esmerado en analizar aquellos textos que son merecedores de devoción, aunque a menudo devaluados por la corriente

²⁰ En el original: By introducing other perspectives and persuading others to identify with them, new possibilities for understanding are opened that may result in attitude change (Cohen, 2001, pág. 260).

principal²¹ sin importar cuan significativos llegasen a ser para una considerable porción de audiencia.

Asimismo, en el acercamiento singular que tuvieron los primeros estudios sobre fandom televisivo, es decir, sin realizar estudios comparativos entre los diferentes sitios culturales en que un solo individuo puede invertir sus afectos (lo que hoy en día se conoce como estudios multifandom) se resaltaron en gran medida, la práctica del fanfiction como la forma más representativa en que los fans subvertían textos de la cultura popular en rendición a sus propios placeres, y el cosplay, la exteriorización de la identidad fan, un trabajo esta vez mimético, que evidencia el profundo conocimiento y el afecto por un texto, en una muestra material más que intelectual.

1.4.1 La construcción social de significado como producción semiótica y enunciativa

“Es tan malo que es bueno” es una valoración recurrente entre fans, críticos y académicos en relación a cierta clase de textos (generalmente películas) que, con base en la recepción ganan un estatus de culto. Aunque ‘malo’ puede acarrear una multitud de significados, se entiende en este contexto, como una cualidad estética fallida o incompetente que cataloga a la película en cuestión como ‘*badfilm*’. (MacDowell & Zborowski, 2013).

En relación a la lectura resistente que realizan los fans, Jenkins expresa que «el placer que obtienen algunos grupos de fans no procede de celebrar los valores de las obras escogidas, sino más bien de leerlas a contracorriente, de expresar su oposición, en vez de su aceptación, a la ideología textual» (Jenkins, 1992, pág. 83). Es interesante que la etiqueta *badfilm* suscite una creciente subcultura cinéfila. Como lo define Sconce (1989, 1995) las películas rechazadas por la legítima cultura cinematográfica, a las cuales agrupa bajo el término «paracinema», que son valoradas por una

²¹ La corriente principal *mainstream* hace referencia a contenidos de la cultura popular genéricos y por ende nada especiales para comunidades exclusivas como los fandom. Sin embargo, en la medida que estas comunidades crecen en la web social propagando su influencia, géneros y subgéneros otrora considerados de culto comienzan a ser populares, ejemplo de ello son las series objeto de estudio de este trabajo investigativo.

subcultura sensible a la contraestética es un fenómeno en clara oposición y reticencia frente a la corriente principal o *mainstream*. Este gusto, según el autor, tiene sus raíces en la afinidad por el submundo del fanzine, las convenciones y piezas de colección de la cultura fan; actividades y parafernalia que buscan disgregarse del gusto generalizado por ciertos productos culturales y valores estéticos.

En este sentido el discurso fan es a favor de las múltiples lecturas que caben en un texto y a un sentido menos absolutista de la estética, partiendo del hecho que la valorización de una pieza fílmica, en últimas, es una cuestión de gusto, una construcción social basada en la pluralidad de contextos y expectativas de los consumidores.

El público paracinemático promueve sus gustos e inclinaciones textuales en oposición a un grupo vagamente definido de las élites culturales y económicas, los proveedores del *status quo*, que no sólo gobiernan el mundo, sino que también son responsables de hacer el cine contemporáneo, en la mente paracinemática, tan aburrido. La comunidad paracinemática no se preocupa por las actividades de los académicos y críticos de cine²² (Sconce, 1995, pág. 374).

A menudo se piensa en los fans como consumidores sin filtros o estándares que aceptan cualquier producto mediático. Contrario a esto, Jenkins opina que el ejercicio de lectura que hacen los fans «responde únicamente a sus propias reglas libremente estructuradas, generando así sus propias formas de placer» (Jenkins, 2006, pág. 39). De ahí podemos inferir que el fandom se rebela frente a convencionalismos y construye, basado en las discusiones que promueve alrededor del texto, un protocolo para su lectura e interpretación. En esta lectura preferente, los textos son desarticulados para encajar con sus experiencias.

²² En el original: The paracinematic audience promotes their tastes and textual proclivities in opposition to a loosely defined group of cultural and economic elites, those purveyors of the status quo who not only rule the world, but who are also responsible for making the contemporary cinema, in the paracinematic mind, so completely boring. Nor does the paracinematic community care much for the activities of film scholars and critics (Sconce, 1995, pág. 374).

Para transformar una obra en un objeto de culto debe poder ser desmontada o ser hecha añicos, para que sea posible recordar sólo algunas partes, independientemente de la relación, que en origen, éstas tuvieran con el todo. [...] Para convertirse en objeto de culto, una película no debe exponer una idea central sino numerosas ideas. No debe revelar una filosofía compositiva coherente. Debe continuar viviendo en su gloriosa incoherencia y precisamente gracias a ésta²³.

Esta reflexión nos lleva a considerar otro factor en la ecuación y es la intencionalidad, ¿hasta qué punto prevé el autor esta deconstrucción y reconstrucción de su obra? Las películas categorizadas como *badfilm* son descritas como incompetentes y fallidas, en el sentido que no consiguen expresar adecuadamente la intención del realizador (MacDowell & Zborowski, 2013), y esto mismo se convierte en el motivo por el cual son apreciadas.

Recordemos a Ed Wood Jr. y sus producciones de bajo presupuesto, en especial su película, que por la élite cinematográfica ha sido calificada como la peor de la historia del cine, *Plan 9 From Outer Space* (1959), hoy convertida en un film de culto precisamente por sus carencias argumentativas y técnicas. Su evidente infortunio llama la atención de un público atraído por arquetipos divergentes. Bajo esta premisa, este público efectúa nuevas lecturas convirtiendo las características del film en referentes estéticos de un subgénero (películas clase B). Vemos en este caso que la intención del lector sobrepasa a la del autor, su trabajo de reconstrucción es el que dictamina la calificación del film; el público reconoce una cualidad estética fallida pero esto no les interesa, o mejor aún, es precisamente el sentido que le otorgan.

No todas las películas de culto sufren el escarnio por una pobre realización ni forman parte del «paracinema» propuesto por Sconce y aun así su intención es ambigua. Teniendo en cuenta que un film de culto no siempre es aquel que transgrede

²³ Véase Eco, Umberto (2010). El reencuentro de los arquetipos. Tributo a Casablanca. Recuperado de: <https://equinoccial.wordpress.com/2010/11/30/el-reencuentro-de-los-arquetipos/>. [Consulta realizada el 12 de mayo de 2015].

convencionalismos y en sí no constituye una obra de arte, podemos inferir que debe su estatus a la construcción social de significado por parte de la audiencia.

Tomemos como ejemplo la película *Donnie Darko* (Kelly, 2001), que tras un paso desapercibido por salas cines (debido en gran medida por la cercanía de su estreno con el ataque a las Torres Gemelas en Nueva York) comenzó a ganar adeptos tras su difusión en DVD. Este intrincado thriller psicológico, con tintes de ciencia ficción, sigue ofreciendo suficiente material para ser discernido por el público a pesar de que ha transcurrido más de una década desde su estreno.

Su éxito como film de culto radica en la discusión exhaustiva acerca de *la filosofía del viaje en el tiempo* libro ficticio que contiene/revela el *espíritu* del film, una idea imprecisa que requiere de la fantasía del espectador para completarla. Además la historia transcurre en un 1988 que para la audiencia se percibe real, consistente con su imaginario, lo que evoca su nostalgia (un aspecto que la banda sonora sabe perfeccionar). Esta imprecisión que permite reaccionar de manera emotiva e instintiva frente a la narrativa, deja en el espectador la sensación de comprender una idea global más que solo comprender el argumento de la película, de este modo, como bien lo expone Umberto Eco (1975) en referencia a la ambigüedad de Hamlet «crítica y público encuentran hermosa la obra porque es interesante, y la consideran interesante porque es hermosa²⁴».

1.4.2 Aproximaciones a la producción textual y material antes de la web 2.0

Anteriormente hemos discutido que los fandoms surgen de las diversas interacciones entre un texto y quienes lo consumen. Son comunidades donde cada miembro invierte una cantidad de tiempo considerable leyendo o visionando cuidadosa y repetidamente su texto favorito, para luego promover la reelaboración de éste a través de enardecidas discusiones y nuevas creaciones. Al internalizar la narrativa de ese modo, los individuos dentro de un fandom experimentan de nuevo la emoción que obtuvieron

²⁴ Eco, Umberto (1975) [2011] *Casablanca, o el renacimiento de los dioses*. Tributo a Casablanca. Recuperado de: <https://equinoccial.wordpress.com/2011/02/03/casablanca-o-el-renacimiento-de-los-dioses/>. [Consulta realizada el 13 de mayo de 2015].

la primera vez que entraron en contacto con el texto, así como también van construyendo su «enciclopedia personal» del mismo, lo que es en sí la base de la cultura fan. Cuánto más íntimo y detallado sea el conocimiento que se tiene sobre un texto en cuestión, mayor es la satisfacción emocional que se obtiene, pues de allí viene el poder para debatir lo mejor de dicho texto con otros, la habilidad de integrar elementos de éste en sus vidas y desarrollar un sentido de pertenencia que les autoriza a criticarlo si perciben alguna deficiencia.

Los fans son los primeros en detectar una inconsistencia en la continuidad de las tramas y son, además, propensos a defender lo canónico (el texto o grupo de textos considerados oficiales o válidos dentro de la comunidad) por encima de variaciones como los *remakes*, *spin-offs* o *mash ups*²⁵. Asimismo el nivel de conocimiento que hayan alcanzado es lo que los faculta para juzgar si estas variaciones son dignas o apropiadas. «En el reino de la cultura popular, los fans son los verdaderos expertos; constituyen una élite educativa rival, aunque carecen de reconocimiento oficial» (Jenkins, 2010, pág. 110).

Esto también refleja que, si bien los fans se centran en el texto en sí mismo, también se involucran con las extensiones paratextuales e intertextuales de este, es decir, con todas las capas adicionales de material que lo rodean (Mittell, 2006). En la medida en que los fans usan su poder reinterpretativo para ajustar los textos de su devoción a sus propios deseos y necesidades, trascienden el rol típico de consumidores para convertirse en productores.

²⁵ *Remake*: nueva versión de un film o una serie de televisión que mantiene la historia original aunque puede modificar partes el relato. En ocasiones los *remakes* pueden cambiar también el formato, de una serie de televisión hacer una película y viceversa. *Spin off*: un producto para televisión o cine que se deriva de otro, generalmente a partir de un personaje o grupo de personajes. *Mash up*: mezcla de dos ficciones generalmente del mismo género. A diferencia de las fuentes oficiales, los fans prefieren mezclar distintos géneros en sus producciones.

1.4.2.1 Fanfiction antes de la web 2.0

Una de las formas más representativas de esta productividad, y quizá la preferida por los fans para establecer una conexión íntima con la ficción, es el *fanfiction*, un ejercicio de lectura, escritura y publicación fundamentado en la reinterpretación de textos populares. Muchos fans prolongan a través de estas creaciones su experiencia de visionado y buscan completar las tramas ofrecidas por la ficción desde su perspectiva e imaginarios particulares.

En sus escritos, (denominados fanfics o simplemente fics) los fans involucran a algunos personajes y eventos originales aunque frecuentemente reemplazan la diégesis de la ficción por creaciones alternas que responden a sus deseos o que nutren y dan vida a sus lecturas favoritas del texto.

Los fans son conscientes de que lo más probable es que nunca nada de lo que imaginan será oficial o canon²⁶ lo cual no hace más que reforzar su necesidad de escribirlo y compartirlo. De igual forma, los escritos más apreciados en la comunidad pueden llegar a convertirse en *fanon* - ideas popularizadas que ganan un estatus similar a las oficiales - (Barnes, 2015), y ser material para que otros fans desarrollen sus propias historias (Black R. , 2009). Si bien puede parecer contradictorio que la comunidad fan «tienda a valorar más los fics cuando se adhieren al canon y al mismo tiempo divergen de él» (Van Steenhuyse, 2011, pág. 5. Citado en Barnes, 2015), es una reacción coherente con la cualidad intertextual del fan, que le permite construir colectivamente el metatexto de la ficción (Jenkins, 1992, 2006).

Antes de internet, los escritos de los fans circulaban a través de fanzines, (magazines creados por fans de forma artesanal). Según la investigación realizada por Jenkins

²⁶ Barnes (2015) señala que dentro del mundo del *fanfiction* hay siempre desacuerdos entre qué puede ser considerado canon y qué no. Si bien hay un consenso general de que el texto original (libro, película, serie) es canon, algunos se preguntan si fuentes como entrevistas con el autor, *remakes*, continuaciones, o algunas extensiones transmediáticas, pueden ser incluidas en esta acepción.

Un número típico (de un fanzine) incluye unas 258 publicaciones diferentes (varias de las cuales llevan 30 o más números publicados) y otras 113 publicaciones en fase de planificación (...) Además, estas cifras no incluyen la gran cantidad de obras que pasan de mano en mano a través de circuitos clandestinos y que no se publican en *zines* encuadernados o el número incalculable de escritos que simplemente se escriben para compartirlos con un amigo cercano o que se guardan en el cajón del escritorio y nadie los lee (Jenkins, 2010, pág. 184).

Los editores de *zines* generalmente eran receptivos a todo tipo de trabajos, por lo que cualquiera contaba con altas posibilidades de que su escrito fuese publicado. Aunque el *fanfiction* no trae ningún beneficio económico, una persona, digamos, con un empleo de poco prestigio en el sistema económico dominante, podía ganar un reconocimiento, incluso internacional, si su escrito era valorado positivamente por la comunidad fan, lo que le resultaba muy gratificante a nivel personal.

El mundo del *fanfiction* cuenta con reglas específicas para evitar plagios entre fans o textos con demasiadas faltas ortográficas o gramaticales que hagan la lectura poco placentera, además de una extensa nomenclatura para catalogar los relatos con el fin de que los lectores anticipen qué géneros tratará el fanfic. «Las obras creadas por los fans responden a los gustos de su público deseado y reflejan tanto las tradiciones genéricas de la comunidad como aquellas que se originan en la cultura comercial» (Jenkins, 2010, pág. 112).

En los estudios tempranos sobre *fanfiction* llamaba la atención la inclinación de las mujeres por escribir historias eróticas entre personajes masculinos. Estos escritos se conocen en la nomenclatura del fandom como *slash*²⁷ y podían incluir o no contenido sexual explícito (Russ, 1985; Bacon-Smith, 1992; Jenkins, 1992). Como lo recuerda Jenkins, cuando este género comenzó a surgir a comienzos de los setenta tenía más detractores que seguidores, muchos fans lo consideraban una transgresión a la naturaleza de los personajes. Aunque la controversia al respecto aún permanece, lo

²⁷ Proviene del término en inglés para la barra inclinada (/), convención utilizada para definir una relación homosexual (originada por la pareja Kirk/Spock de *Star Trek*).

cierto es que hoy en día este género es más prolífico y han ganado más aceptación. En opinión de Jenkins, el *slash*:

...representa una alternativa utópica a las configuraciones de género actuales, aunque no ofrece una respuesta políticamente estable o coherente a estas preocupaciones (...) podría ser más importante por su cuestionamiento de la sexualidad y de la cultura popular que por sus respuestas concretas» (Jenkins, 2010, pág. 220)

Para Sandvoss (2005) «la escritura *slash* es el ejemplo más prominente de cómo el fandom abre espacios para una reformulación libidinal de las relaciones sociales²⁸» (Sandvoss, 2005, pág.162). Postulando su visión de los objetos del fandom como extensiones del ser, y en referencia a los estudios sobre *Star Trek*, Sandvoss encuentra que estas narrativas ayudaban a las escritoras a expresar sus propios deseos y convicciones sobre las relaciones de género, «Spock se convirtió en el reflejo de su propia lucha con el desencantado, emocionalmente empobrecido y discriminador mundo²⁹» (Sandvoss, 2005, pág.103).

Las entrevistas y grupos focales llevadas a cabo por Jenkins y Bacon-Smith en estas primeras aproximaciones, revelan que la mayoría de escritores de *fanfiction* son de género femenino. Estudios etnográficos posteriores, aplicados ya en sitios web, listas de correo y foros en línea, confirmaron este hallazgo. Las razones, encontradas por Barnes (2015) en varias investigaciones sobre el tema, giran en torno a una mayor identificación con personajes por parte de las mujeres, un análisis de la ficción menos distanciado emocionalmente que el que realizan los hombres, y el *fanfiction* como una vía para apropiarse de textos dirigidos a una audiencia masculina, o en los cuales no se representa lo suficiente o de forma adecuada a las mujeres.

Además de apelar a los métodos cualitativos antes mencionados, los análisis de *fanfiction* solían derivarse de las propias experiencias de los académicos que se

²⁸ En el original: 'slash writing' is only the most prominent example of how fandom thereby opens up a space for the libidinal reformulation of social relations (Sandvoss, 2005, pág. 162).

²⁹ En el original: Spock becomes the reflection of their own struggle against a disenchanting, emotionally impoverished and discriminating world (Sandvoss, 2005, pág. 103).

identificaban a sí mismos como fans (de allí el título *Aca-fan* con el que se autodenominan algunos autores). Es claro que los resultados obtenidos de esta metodología combinada, delinearon un amplio panorama que aun continua explorándose. La entrada del fandom a la web 2.0, permitió conocer que la extensión de la práctica del *fanfiction* era mayor a la que se pensaba, y esto trajo consigo nuevos cuestionamientos para explorar a fondo. Asimismo, aunque actualmente muchos análisis de *fanfiction* se realizan desde una aproximación singular del fandom, es decir, en torno a una sola ficción o género (McDonald, 2006; Smith, 2014; Tosenberger, 2008, 2008b); ahora también una variedad de estudios sobre *fanfiction* se enmarcan en una teoría general del fandom mediático (Hills, 2002), que tiene en cuenta el multifandom, es decir, las diferentes identidades fan establecidas con distintos productos culturales en diversos medios. Esto se ampliará más adelante en este capítulo, cuando se retome la productividad en el fandom, pero esta vez dentro de la web 2.0.

1.4.2.2. Cosplay antes de la web 2.0

En la primera ola de estudios sobre fandom como un fenómeno cultural, la productividad era analizada como una expresión subversiva frente a la industria mediática comercial. El *fanfiction* parecía casar con dicha hipótesis, pues se trataba de un trabajo transformativo efectuado por grupos marginados, mientras que el *cosplay*, o la práctica de disfrazarse de personajes de la cultura popular, no evidenciaba una subversión sino más bien una imitación del producto comercial. En consecuencia, solo se mencionaba dentro de las descripciones sobre convenciones y ferias, como un rito subcultural extraño a la mirada foránea (Lamerichs, Stranger than fiction: Fan identity in cosplay, 2011).

El *cosplay* se inició en las primeras convenciones de ciencia ficción en Estados Unidos, consolidándose entre los años sesenta y ochenta gracias a series como *Star Trek* y films como *Star Wars* (Andreoni Barboza, 2013; Domsch, 2014; Lamerichs, 2011, 2013) Esta práctica migró a Japón gracias al ya establecido corredor cultural entre dicho país y EE.UU. (Ito, 2012) y se popularizó en torno al manga, el anime y

los videojuegos, de tal forma, que muchos occidentales relacionan el *cosplay* con estos productos culturales más que con la ciencia ficción norteamericana (Lamerichs, *Stranger than fiction: Fan identity in cosplay*, 2011).

Según Okabe (2012), el término *cosplay* (abreviatura de *costume play*) proviene de ensayos y obras de teatro sobre dramas históricos que requerían disfraces de la época, y comenzó a utilizarse en Japón en la década de los setenta para denominar la práctica de disfrazarse de personajes de ficción. Lamerich (2011) afirma que este término fue acuñado por el diseñador de juegos Takahashi Nobuyuk tras presenciar esta práctica en su visita a Estados Unidos en 1980. Lo cierto es que muchos estudios sobre *cosplay* se enfocan en las comunidades *otaku* (fans transnacionales de los productos ficcionales japoneses) y resaltan el exotismo de su lenguaje visual.

La práctica de disfrazarse de referentes de la cultura popular es considerada por sus más fervientes seguidores como un arte que trae a la vida personajes de ficción para deleite de practicantes y observadores. Vista desde el exterior en cambio, parece una afición que se ha llevado demasiado lejos, provoca un sentimiento de que la persona es incapaz de llevar una relación saludable con el texto y por lo tanto se convierte en objeto de ridiculización. Sin embargo debe tenerse en cuenta que el valor taxativo de una subcultura reside en comprender algo que otros no, formar parte de un segmento exclusivo. Si el conocimiento fuera ubicuo y accesible para todo el mundo, perdería sentido para los fans (Okabe, 2012).

A menudo, debido a las características únicas de los personajes, la práctica del *cosplay* involucra el componente *Do it yourself* (DIY), lo cual implica seguir una serie de pasos desde la planeación de la confección a la compra de materiales a precios cómodos, así como las órdenes en línea de piezas o accesorios especiales para completar el atuendo. El resultado es una duplicación del personaje (y en ocasiones de una escena en particular de la ficción) cuidada y con más calidad de la que podría esperarse de un oficio amateur: «La creación de un traje *cosplay* completo implica horas de investigación (como ver la misma escena una y otra vez para obtener una

mejor visión de la vestimenta, la búsqueda de la tela perfecta, peluca, zapatos, etc.)³⁰» (Heinrich, 2013, pág. 123).

La elaboración propia de los atuendos es una habilidad altamente apreciable en de la cultura *cosplay*, y es común que durante la exhibición en los eventos, los practicantes (denominados *cosplayers*) compartan experiencias de su proceso y se evalúen los unos a los otros en medio de una dinámica que resulta ser tanto colaborativa como competitiva.

Junto al *cosplay*, el fandom de ficción también ha acostumbrado a crear réplicas y coleccionar objetos con el fin de demostrar afiliación textual, habilidades manuales y destreza en coleccionismo, lo cual refleja un largo historial de creación fan y de la circulación de artefactos alrededor de las ficciones mediáticas populares (Rehak, 2014).

Sin embargo, tanto esta actividad como el *cosplay*, al no proponer mezclas radicales de los componentes del universo ficticio, no ha recibido una mejor atención académica, interesada más en la producción textual sobre la material, y en especial si contradice lo oficial. Esto ha propiciado una categorización de la productividad en el fandom que privilegia lo transformativo frente a lo afirmativo (Godwin, 2015).

Entendiendo las hibridaciones presentes en la producción fan, acentuadas con la llegada de la web 2.0, y rechazando la jerarquización que promueven las particiones binarias en los análisis de la productividad, Hills (2013) propone una aproximación integral a los estudios sobre productividad, que a su vez sea consciente de la existencia de diversas clases de producción en el fandom, para garantizar una comprensión global del fenómeno.

¿Es la réplica de parafernalia un ejemplo de 'productividad material' más que de 'productividad textual' a pesar del hecho de que, capturas de pantalla y posiblemente

³⁰ En el original: Creating a complete cosplay outfit involves hours of research (like watching the same scene over and over again to get a better look at the costume, searching for the perfect fabric, wig, shoes, etc.) (Heinrich, 2013, pág. 123).

incluso planos e información de diseños, – junto a una retroalimentación en línea y una participación en red de múltiples fuentes – hayan sido usados en su fabricación? En lugar de discutir que tal material cultural y creatividad fan merecen un concepto completamente alterno (Abercrombie y Longhurst 1998), puede tener más sentido teorizar estas ‘recreaciones en red’ (King 2011) como un fuerte tipo de productividad mimética textual basada en ciertas habilidades artesanales³¹ (Hills M. , 2013, pág. 137).

Como uno de los fenómenos más visibles del fandom, el *cosplay* claramente refleja características miméticas en la manufactura de indumentaria y accesorios calcados de la ficción (una muestra de una habilidad extraordinaria nacida solo de un profundo conocimiento del texto); pero, por otra parte, también evidencia rasgos de un trabajo transformativo, cuando los fans plantean otros contextos o modificaciones en sus diseños desde su manejo intertextual (Harry potter zombificado, un profesor X versión *steampunk*) (Hale, 2014), lo que ayuda a ampliar el universo de la ficción. Además, vale la pena resaltar que, cada vez con mayor frecuencia, los eventos fandom (ferias, convenciones, etc.) presentan el *cosplay* como atracción central, puesto que literalmente encarna la afiliación que todos tenemos en diferentes grados con ciertos productos culturales, lo que enriquece significativamente la experiencia de los asistentes.

Los estudios recientes se enfocan en resaltar estas características, así como en analizar la construcción de identidad, el aprendizaje de determinadas habilidades y el trabajo cooperativo que se genera desde esta práctica en la web social. Además, en los nuevos estudios multifandom, ha merecido una especial atención, el hecho de que el *cosplay* en sí mismo constituya un fandom, pues una persona puede sentir aún más afinidad con la práctica en sí, que con las ficciones que personifica. Estas

³¹ En el original: Is a replica prop an example of material productivity rather than ‘textual productivity’, despite the fact that screen grabs and possibly even plans or design information – alongside online feedback and crowd-sourced, networked fan participation – may have been used in its fabrication? Rather than arguing that such material culture and fan creativity deserves an alternative concept altogether (Abercrombie and Longhurst 1998), it may again make more sense to theorise these ‘networked re-enactments’ (King 2011) as a type of strongly mimetic textual productivity drawing on particular craft skills (Hills M. , 2013, pág. 137).

aproximaciones se tratarán más adelante en el apartado sobre los estudios de la productividad del fandom en la web 2.0.

A continuación, como cierre de este recorrido por los estudios sobre fandom preliminares a la web 2.0, se expondrá de manera sucinta la evolución del fandom de manga y anime en occidente, pues ejemplifica la relación simbiótica entre consumidores e industrias mediáticas requerida para este proceso, y además, repasa en la manera gradual e inevitable como surgen los diferentes tipos de productividad en el fandom.

1.5. Breve historia de la formación de un fandom

En 2002 *El viaje de Chihiro* (Miyazaki, 2001) ganó un Oscar a la mejor película de animación, convirtiéndose en la primera película de anime en obtener este galardón. Ese mismo año una iniciativa estatal para promover una atractiva imagen de Japón denominada *Cool Japan*³² se puso en marcha seleccionando productos de la cultura popular para construir una marca nacional que definiera la identidad de Japón ante el mundo. Este diseño de política cultural pertenece a una establecida tradición de flujo cultural entre oriente y occidente, más exactamente a la particular relación cultural y política establecida entre Japón y EE.UU tras la Segunda Guerra Mundial. Un contexto que revivió la cultura occidental en Japón al mismo tiempo que un renovado interés por las tradiciones japonesas y admiración por su crecimiento empresarial renacía en occidente.

El manga moderno que naciera de las experiencias e imaginarios de Japón en la postguerra, es sin duda uno de los productos culturales más representativos del país del sol naciente; y el anime, su traducción a la pantalla, es lo que lo hizo popular en occidente. Estos productos fueron escogidos por esta estrategia de «poder blando» con el fin de revitalizar la influencia internacional de Japón así como su política industrial y diplomacia cultural.

³² Véase McGray, Douglas (2009). *Japan's Gross National Cool*. FP. Recuperado de: <http://foreignpolicy.com/2009/11/11/japans-gross-national-cool/>. [Consulta realizada el 12 de septiembre de 2014].

El crecimiento del anime como un medio de entretenimiento en occidente se cimienta en la enorme influencia de los fans, quienes fueron responsables de cómo estos contenidos fueron distribuidos, consumidos y apreciados en sus respectivos países en los primeros años, cuando los conglomerados mediáticos aún no vislumbraban su potencial.

En un principio, una rudimentaria e improvisada red de intercambio social entre los fans fue la fuente primaria para la adquisición de conocimiento sobre estos productos. Hoy, gracias a las formas emergentes de actividad digital y comunicación interconectada, podría decirse que el fandom de anime y manga es el más conectado en el planeta (Ito, 2012, pág. 11), derivando en una estructura social más diversa y compleja.

En 1960 el anime apareció en las pantallas estadounidenses atrayendo principalmente al fandom de ciencia ficción, interesados comúnmente en contenidos mediáticos ajenos a las tendencias prevaletentes. En estos primeros años, el anime se conocía como *japanimation* denominación que evidenciaba su procedencia extranjera, considerándose así un contenido de culto que fue propagándose gracias al lanzamiento de la primera VCR al mercado.

Los fans ávidos de consumir más títulos comenzaron una red de distribución clandestina de cintas de vídeo a través de medios informales que iban desde un amigo japonés por correspondencia, militares estadounidenses estacionados en Japón que visitaban su país o incluso transmisiones en la televisión local de Hawái dirigidas a la población japonesa en esa isla (Eng, 2012). Asimismo esta primera generación de fans utilizaba medios primitivos como copias en papel con sinopsis, reseñas o traducciones de series y películas que se enviaban a través del correo postal.

Eventualmente esta incipiente red de fans comenzó a organizar proyecciones de anime en las convenciones de ciencia ficción, donde muchos tuvieron la oportunidad de visionar y hacer copias de los videos que les resultaban extremadamente difíciles de conseguir por sí mismos. En este período establecer conexiones con gente de

distintos lugares se debía hacer asistiendo físicamente a estos eventos, era la única vía para compartir y acrecentar el conocimiento dentro del fandom.

El establecimiento del anime en EE.UU. y en algunos países de Europa, principalmente Francia, Italia y España se dio a finales de los años setenta hasta mediados de los ochenta cuando más títulos comenzaron a transmitirse en la televisión y más personas comenzaron a percatarse de estos programas y en mostrar interés por su origen japonés.

La cultura popular japonesa comenzaba a estar en auge coincidiendo con el interés del mundo empresarial en la exitosa economía japonesa en la década de los ochenta. Los fans, que ahora tenían más acceso a información sobre anime a través de medios convencionales (televisión y revistas) comenzaban a adquirir asimismo altos estándares de los contenidos que algunas distribuidoras comerciales habían comenzado a importar, rechazando por ejemplo las malas traducciones que tergiversaban al guion original.

Es así como, apoyados en la más reciente tecnología para añadir subtítulos a los vídeos, nació una relevante práctica dentro del fandom, los *fansubs* (Echeverría Arriagada, 2014) que resultó no solo un eficaz método de aprendizaje del idioma japonés, sino que además abrió paso a una nueva rama del fandom de anime en occidente, la apreciación del trabajo actoral de voz. A partir de ese momento los fans occidentales comenzaron a reconocer algunos actores y actrices de voz conocidos como *Seiyu*, quienes han ganado su propia comunidad de fans.

Otro aspecto con que los fans estadounidenses en los años ochenta estaban insatisfechos era la falta de variedad en los contenidos que las distribuidoras comerciales manejaban, pues estas solían traer solo títulos con extrema violencia o sexo explícito, lo cual pensaban los fans, dañaba la reputación del anime. Pero la generación de los noventa cambiaría este panorama.

Los niños cuya imaginación había sido capturada por las primeras series de anime transmitidas por las cadenas de televisión continuaron nutriendo su entusiasmo por

estos contenidos al hacerse mayores y entrar a la universidad, lugar donde fundaron los primeros clubes de anime. En estos clubes se juntaban recursos para adquirir series o películas y se propiciaban encuentros donde los fans podían compartir información entre ellos. Era la primera oportunidad para muchos de entablar una amistad con otros fans en persona, en un ambiente social.

En la década de los noventa estos clubes fueron los principales sitios para ver lo último en anime jugando asimismo un papel importante en educar al fandom acerca de la diversidad de estos contenidos. Las comunidades de fans en las universidades ayudaron a generar una demanda variada y de alta calidad en Estados Unidos y con el tiempo a crear la diversidad en el mercado que vemos hoy en día.

Algunos miembros de clubes de anime de esa generación continuaron trabajando en la industria del anime u organizando convenciones. Es el caso de los miembros del *Cal-Animage Alpha the university of california, Berkeley anime club*, quienes fundaron eventualmente ANIME EXPO (Eng, 2012), evento que desde 1992 ha venido consolidándose como la convención de anime y manga más grande de Norte América y lugar predilecto para estrenos de muchas series, películas y agrupaciones musicales en los Estados Unidos.

Podemos ver hoy en día como las actividades dentro de un club de anime en los años noventa son básicamente el mismo tipo de actividades que hoy tienen cabida en las distintas convenciones alrededor del mundo, a las maratones de visionados de series y películas ahora se les suman los lanzamientos de nuevas producciones, las competencias de video juegos ahora están patrocinadas por las compañías productoras, las imitaciones de personajes de anime impulsaron la práctica del DIY (*do it yourself*) para la elaboración de cada vez más complejos y detallados disfraces, desarrollando la cultura del *cosplay*.

Pero regresando a la línea temporal de expansión del anime en occidente, Europa y América Latina por su parte, recorrían un camino paralelo a Estados Unidos. Si bien desde mediados de los años setenta varias series habían sido transmitidas por las cadenas televisivas en los distintos países de estos continentes, fue iniciando la

década de los noventa que el anime entró con fuerza en estos territorios colándose en el imaginario de toda una generación de niños y adolescentes.

En Francia el programa de entretenimiento infantil *Club Dorothée* dio inicio en 1987 y continuó al aire por diez años más volviéndose un éxito sin precedentes al incluir en su contenido series de anime, fórmula que repetiría en 1994 la franja de televisión infantil *Caritele* de la cadena TV Azteca en México. En España la unión de los canales autonómicos posibilitó la adquisición de derechos de series como *Dragon Ball* (TOEI 1986) que marcaron el inicio de la época dorada del anime.

Entre Francia, España y Latinoamérica comenzó a darse un flujo constante de intercambio de contenidos de anime para televisión, como también de sus respectivas traducciones, dando como resultado que a menudo los errores de la traducción francesa se trasladaban a la española y de allí al resto de América Latina, incluyendo Brasil que transfería estos errores en su doblaje al portugués. Años después los propios fans comenzarían a hacer sus doblajes amateurs conocidos como *fandubs*, llegando incluso a constituir sus propios estudios de doblaje en España y México.

Volviendo a la década de los noventa, la televisión no era el único medio por el cual los fans tenían acceso a información, los fanzines españoles evolucionaron a publicaciones editoriales especializadas en anime y manga. La revista *Dokan* fue pionera en este medio, y pronto comenzó a comercializarse por toda Iberoamérica trayendo consigo una novedad, un CD interactivo de cuidado diseño y contenido. Esta revista rápidamente se convirtió en un importante medio de difusión en el incipiente fandom de habla hispana. Sus ejemplares, que no superaron el centenar, se consideran hoy por hoy artículos de colección entre los fans iberoamericanos.

Latinoamérica mantenía no solo nexos con Europa sino también con Estados Unidos desde donde procedían más que todo, películas en formato VHS dobladas al inglés para una audiencia mayormente adulta. Asimismo la televisión por cable permitía el acceso a canales como MTV, que en su famosa franja de los años noventa *Liquid Television* solía pasar cortos de películas de anime.

Finalizando la década de los noventa el uso de Internet en los hogares se hizo asequible, abriendo la puerta a nuevas posibilidades de intercambio y conocimiento para los jóvenes que se apropiaron rápidamente de estas nuevas tecnologías. Llegó el nuevo milenio y una explosión de webs y foros de discusión fueron menguando la importancia de los clubes en universidades, que ahora se habían trasladado a escuelas e institutos en cuanto el fandom se hizo más joven y diverso. Para cuando la web 2.0 apenas comenzaba a definirse, el fandom de anime ya había conquistado occidente.

1.6 Fandom y web 2.0

Durante las dos últimas décadas, una considerable cantidad de estudios de comunicación ha incluido a los fandoms (particularmente aquellos relacionados con el cine y la televisión) entre su quehacer epistemológico, centrándose principalmente en el hecho de que varios productos de las industrias mediáticas hayan sido influenciados por fans. Asimismo, se han focalizado en el papel que Internet ha jugado en la expansión y fortalecimiento de las interacciones entre fans y el impacto de esta revolución digital en la producción y el mercadeo de contenidos elaborados por estas comunidades, sin dejar de señalar el creciente interés del público en general por géneros otrora considerados de culto.

Web 2.0³³ es un término ampliamente utilizado para describir el importante cambio en la usabilidad de la *World Wide Web*. Aunque se sigue debatiendo la precisión de esta palabra para denominar un concepto tan amplio, lo cierto es que identifica un antes y un después en el consumo en línea; de estático a dinámico, donde el contenido generado por usuarios se convierte en una práctica cotidiana (Booth, *Digital Fandom: New Media Studies*, 2010). Por extensión, web 2.0 se asocia a la cultura participativa

³³ Este término surgió durante una conferencia de *O'Reilly* y *MediaLive International* en 2004. Tan solo un año y medio después de este evento, «Web 2.0» contaba con más de 9.5 millones de citaciones en Google.

y a un cambio de paradigma tecnológico que democratizó la creatividad. «El principio central tras el éxito de gigantes nacidos en la era web 1.0 que han sobrevivido para liderar la web 2.0 parece ser este, que han abrazado el poder de la web para aprovechar la inteligencia colectiva³⁴».

Lévy (2004) utiliza el término de «cosmopedia» para definir el nuevo espacio de conocimiento, donde la comunicación rápida entre las personas conduce a un estadio de participación ciudadana más amplio. Gracias al desvanecimiento de las barreras geográficas y todo lo que esto conlleva, se generan nuevas comunidades que se mantienen mediante la producción e intercambio de conocimiento. Las personas se vinculan a ellas libremente, y pueden decidir pertenecer a más de una comunidad de forma simultánea o temporal de acuerdo a sus necesidades.

Las posibilidades que los nuevos medios otorgan a las subculturas, como los fandoms son consideradas por Ortega (2007), quien cuestiona el efecto uniformador de la globalización mediática y señala que los medios digitales convierten las minorías en mayorías.

Los nuevos medios permiten que se pongan en contacto personas con intereses comunes pero alejadas entre sí [...] Todo ello favorece la diversidad a escala global, pero también local. Los espacios internos de minorías, a menudo relegadas o socialmente excluidas, tienen sus propios canales de comunicación (Ortega, 2007, pág. 19).

Espacios como las listas de discusión, grupos de correo, salas de chat, foros y redes sociales, hacen posible la comunicación de los fans para que compartan conocimiento, ya que un solo fan no puede saber todo sobre una ficción determinada, pero entre todos logran construir una «enciclopedia» para apreciar esa ficción plenamente.

³⁴ En el original: The central principle behind the success of the giants born in the Web 1.0 era who have survived to lead the Web 2.0 era appears to be this, that they have embraced the power of the web to harness collective intelligence. Véase: O'Reilly, Tim (2005). *What Is Web 2.0 - DoubleClick vs. Overture and AdSense*. O'Reilly. Recuperado de: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=2>. [Consulta realizada en noviembre 24 de 2016].

Los fans nos prueban que la diversión no termina cuando salen los créditos, siendo pioneros en el uso de las nuevas tecnologías. Varios estudios demuestran que las ficciones televisivas inspiraron las incipientes comunidades en línea de finales de los noventa. Por ejemplo, en 1992, Jenkins expuso el caso del grupo de discusión Alt.tv.twinpeaks alrededor del misterio de *¿quién asesinó a Laura Palmer?*, en el 2000, Baym detalló la interacción entre los miembros de rec.arts.tv.soaps, un foro de discusión dentro del sistema Usenet, compuesto de múltiples de subgrupos dedicados a *Soap Operas* como *All my Children* o *Days of Our Lives*. En 2008, Ross examinó la productividad de los fans durante la transición de la web 1.0 a la web 2.0, en sitios web dedicados a series de culto como *Xena: Warrior Princess* y *Buffy the Vampire Slayer*. Todas estas aproximaciones al nuevo escenario virtual destacaron la interacción de los fans durante el proceso de visionado y a la construcción conjunta de significados derivada de este ejercicio. Al respecto, Hills afirma que:

Las prácticas de los fans se han enredado progresivamente en los ritmos y tiempos de las emisiones televisivas, de suerte que los fans se conectan hoy para comentar nuevos episodios inmediatamente después de la transmisión del capítulo o incluso durante las pausas publicitarias, acaso para demostrar la "puntualidad" y receptividad de su devoción³⁵ (Hills M. , 2002, pág. 140).

Con sus comentarios, los fans expresan su proximidad con los textos describiendo no solo lo que piensan sino también lo que sienten, y de este modo, el visionado en solitario se pueda experimentar como una actividad grupal. La web 2.0 facilita el cotilleo porque permite intercambiar impresiones y teorías con otros miembros de la comunidad de fans de forma casi instantánea. «El cotilleo funciona activamente de dos formas: conduce a la construcción de significados en la audiencia y a una comunidad dentro de la cual esos significados circulan³⁶» (Fiske, 1987, pág. 80).

³⁵ En el original: practices of fandom have become increasingly emmeshed within the rhythms and temporalities of broadcasting, so that fans now go online to discuss new episodes immediately after the episodes transmission time or even during ad-breaks perhaps in order to demonstrate the "timeliness" and responsiveness of their devotion (Hills M. , 2002, pág. 140).

³⁶ En el original: Gossip Works actively in two ways: it constructs audience-driven meanings and it constructs audience communities within which those meanings circulate (Fiske, 1987, pág. 80).

Los trabajos etnográficos sobre fandom coinciden al afirmar que los fans conceden valor a aspectos de la trama a menudo secundarios pero relevantes para ellos en la medida que encajan con sus experiencias o patrones familiares. Asimismo, el discurso *online* derivado del cotilleo entre los fans contribuye a la formación del metatexto usado para la lectura de la ficción (Jenkins, 1992), entendiendo que los metatextos se forman a raíz de significados. En relación a ello, Fiske arguye que: «cuando esta charla es sobre televisión, funciona para activar y circular significados del texto que resuenan con las necesidades culturales de esa comunidad de discusión en particular³⁷» (1987, pág.78).

Algunos estudios recientes sobre fandom han retomado el modelo tripartita de Fiske para analizar la productividad del fandom digital. Frente a esto, Hills (2013) considera que traer los conceptos de productividad, semiótica, enunciativa y textual a la web 2.0 puede conflictuar el análisis ya que las diferencias y límites entre estos conceptos se desdibujan cuando por ejemplo, se tienen en cuenta los comentarios de fans en las redes sociales como parte del contenido generado por usuarios (UGC por sus siglas en inglés). Aun así, este autor asegura que el trabajo de Fiske puede desarrollarse en la medida que se adapte al contexto cultural, tecnológico y mediático actual, dando cabida a formas híbridas de productividad.

Este replanteamiento de la productividad textual del fandom surge al considerar los comentarios por parte de los fans (a veces sucintos, a veces exhaustivos, pero siempre oportunos) extensiones narrativas, que impulsan, completan, y/o expanden la trama. En este sentido, los comentarios, además de ser metatextos que moderan la lectura colaborativa de la ficción, también operan como paratextos, elementos satelitales que nos dan un marco referencial y que contribuyen a «asegurar la presencia del texto en el mundo, su "recepción" y consumo³⁸» (Genette, *Paratexts Thresholds of interpretation*, 1997, pág. 1).

³⁷ En el original: When this talk is about television it works to activate and circulate meanings of the text that resonate with the cultural needs of that particular talk community (Fiske, 1987, pág. 78).

³⁸ En la traducción al inglés: to ensure the text's presence in the world, its "reception" and consumption (Genette, *Paratexts Thresholds of interpretation*, 1997, pág. 1).

Aunque Genette (1997, pág. 2) asegura que los paratextos se forman «empíricamente de un grupo heterogéneo de prácticas y discursos³⁹», no considera válidos dentro de este grupo los mensajes sin aprobación. «Por definición, algo no es un paratexto al menos que el autor o uno de sus asociados acepte responsabilidad por ello, aunque el grado de responsabilidad puede variar⁴⁰» (Genette, *Paratexts Thresholds of interpretation*, 1997, pág. 9). Sin embargo, no podríamos decir que la calificación de no oficial de un mensaje, merme su *fuerza ilocutoria*, es decir, la intención contenida en él (de compartir una información, ofrecer una interpretación, un consejo o una instrucción por ejemplo) que a su vez es el aspecto funcional del paratexto, el cual

...es el principal punto porque, claramente y con excepción de excepciones aisladas (que nos encontraremos aquí y allá), el paratexto en todas sus formas es un discurso fundamentalmente heterónimo, auxiliar y dedicado al servicio de algo distinto de sí mismo que constituye su razón de ser. Este algo es el texto⁴¹ (Genette, *Paratexts Thresholds of interpretation*, 1997, pág. 12).

Trasladando los conceptos de Genette (aplicados a las obras literarias) al entorno mediático actual, (Gray, 2010) ubica los paratextos entre el texto, la audiencia y la industria «condicionando pasajes y trayectorias que cruzan el escenario mediático⁴²» (Gray, 2010, pág. 23). Pero antes de ocuparse del análisis de estos elementos, este autor se detiene a definir qué es el texto. Basándose principalmente en el trabajo de Barthes, Gray llega a la conclusión de que el texto no se crea a partir de las letras/imágenes contenidas en él sino de la interacción de estas con el

³⁹ En la traducción al inglés: The paratext, then, is empirically made up of a heterogeneous group of practices and discourses (Genette, *Paratexts Thresholds of interpretation*, 1997, pág. 2).

⁴⁰ En la traducción al inglés: By definition, something is not a paratext unless the author or one of his associates accepts responsibility for it, although the degree of responsibility may vary (Genette, *Paratexts Thresholds of interpretation*, 1997, pág. 9).

⁴¹ En la traducción al inglés: It is the main point because, clearly and except for isolated exceptions (which we will meet here and there), the paratext in all its forms is a discourse that is fundamentally heteronomous, auxiliary, and dedicated to the service of something other than itself that constitutes its *raison d'être*. This something is the text (Genette, *Paratexts Thresholds of interpretation*, 1997, pág. 12).

⁴² En el original: conditioning passages and trajectories that criss-cross the mediascape (Gray, 2010, pág. 23).

lector/espectador, y además enfatiza que este ejercicio de lectura necesita de experiencias textuales previas.

Por ende, la intertextualidad y la paratextualidad son condiciones fundamentales para que el texto tenga sentido. Finalmente, Gray pone de manifiesto que, si bien para el análisis se aíslan los conceptos de texto, intertexto y paratexto, estos son siempre partes constitutivas del texto en sí mismo.

Hecha esta primera acotación, Gray realiza una distinción pragmática entre paratextos de entrada, y paratextos *in medias res*. Los primeros serían aquellos elementos que preparan el encuentro con el texto. Genette (1997) señala que peritextos (elementos dentro del libro) como la portada, el nombre del autor, el prefacio y la introducción, por mencionar algunos, y los epitextos (los que están fuera) como entrevistas con el autor o la publicidad, aclimatan la transición a la ficción y condicionan la lectura. Gray analiza estos paratextos (reseñas, promociones, críticas, comentarios) pero a la luz de la cultura de convergencia, y describe casos de la ficción televisiva actual en los cuales los paratextos han establecido el tono para ciertos géneros, han instado a adoptar una posición frente a un tema controversial y han circulado significados para tramas y personajes fuera de los límites de la ficción. También destaca que cada vez más las industrias mediáticas invierten en crear un entorno paratextual para sus ficciones: avances, preestrenos, apariciones del reparto en programas de entrevistas, en *realities*, en entregas de premios, además de otras formas tradicionales y no tradicionales de promoción y sinergia. Asimismo, este autor afirma que la industria necesita de los paratextos ya que con base en su recepción por parte de la audiencia podrán anticipar el éxito o fracaso del texto completo.

Los paratextos *in medias res* por su parte, son los elementos que encontramos flotando alrededor del texto una vez hemos entrado en él. Decimos que se ubican en la mitad de la lectura porque sencillamente no podemos establecer un fin a este proceso cuando precisamente los paratextos se encargan de prolongarlo en el tiempo. Los paratextos *in medias res* influyen ya no en nuestra disposición frente a un texto inédito si no en las relecturas que hacemos sobre él.

El análisis de Gray sobre los paratextos irremediabilmente desemboca en la transmedialidad, característica narrativa, que en la actualidad se construye de forma consciente y estratégica. En teoría, una narrativa transmedia se despliega equitativamente en distintas plataformas (Jenkins, 2006). En la práctica, la transmedialidad no se reproduce con igual peso en los diferentes medios, siempre se logra identificar un texto central en torno al cual gravitan otros textos y paratextos (Örnebring, 2007). Sin embargo estos satélites no dejan de ser importantes, pues dan profundidad y detalle al universo ficticio. Los paratextos in medias en particular, hacen posible reingresar a este universo.

Resulta lógico que las industrias de entretenimiento tengan más control sobre los paratextos de entrada, y que la audiencia, una vez inicia una interacción con el texto, produzca, a la par con la industria, paratextos in medias res. En el caso de las series televisivas, se hace más evidente la necesidad del espectador de apaciguar la espera entre un episodio y otro con teorías discutidas en foros, videos de impresiones de fans en YouTube, fanfiction, etc., «productos discursivos y creativos que a menudo se convierten en adiciones importantes para el texto⁴³» (Gray, 2010, pág. 143).

Pero esto no es solo posible con textos en emisión. Gracias a las cualidades intertextuales y paratextuales, un texto “finalizado” permanece abierto para ser recodificado e influir en otros. Williams (2015) analiza el fandom de programas de televisión “durmientes”, y en especial cómo «el fanfiction es una forma de lidiar con finales insatisfactorios, y de dar continuidad a un querido mundo narrativo⁴⁴» (Williams, 2015, pág. 168). En relación a ello, esta autora afirma que la suplantación de los textos por paratextos por parte de la audiencia, es una forma de ver las ficciones televisivas como una amplia red que va más allá del texto, y su estudio, permite conocer cómo el fandom opera a través de diferentes objetos mediáticos.

⁴³ En el original: creative and discursive products can and often do become important additions to a text (Gray, 2010, pág. 143).

⁴⁴ En el original: Fanfiction is a way of dealing with an unsatisfactory ending and also as form of continuation of a beloved narrative world (Williams, 2015, pág. 168).

Las narrativas actuales para cine y televisión tienden a exhibir una hiperdiégesis, «un vasto y detallado espacio narrativo del que solo una fracción es visible o se encuentra dentro del texto, pero que sin embargo parece operar de acuerdo a ciertos principios de una lógica interna y una extensión⁴⁵» (Hills, 2002, pág. 137). Al crear la impresión de que un texto va más allá de lo que se ve en pantalla, se ofrece la posibilidad a los espectadores de completar la experiencia con su imaginación.

Cuando la ficción arroja múltiples interrogantes, se crea la necesidad en la audiencia de discutirlos para tratar de resolver entre todos el misterio. «Un mapa narrativo bien diseñado, pide a gritos ser un mecanismo interactivo, que lleve de vuelta a la fuente⁴⁶» (Mamber, 2003, pág. 148). La web 2.0 provee las herramientas necesarias para que exista ese intercambio de información. Sin embargo, es habitual que los individuos dentro de la audiencia interactúen con el texto a diferentes tiempos, y de diferentes formas (recogiendo información en otros medios) y que en este progreso irregular, algunos revelen datos desconocidos por otros, a este tipo de comentarios se les conoce como *spoilers*.

El discurso fan en este sentido se convierte en un paratexto, no subversivo, no radicalmente transformativo, pero que invita a prestar atención a detalles de la trama, a ciertos personajes e incluso a adoptar una estrategia de visionado y a realizar la lectura desde determinado contexto.

1.7 ¡Alerta *spoilers*!

Cuando pienso en *spoilers* recuerdo una escena en particular de un episodio de *Los Simpson* en la que Homero sale de ver el estreno de *La guerra de las galaxias: el imperio contraataca* (Lucasfilm, 1980) en un teatro de Springfield y a viva voz le comenta a Marge: « ¡Qué final!, quien iba a pensar que Darth Vader era el padre de

⁴⁵ En el original: 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 nonetheless appears to operate according to principles of internal logic and extension (Hills, 2002, pág. 137).

⁴⁶ En el original: a well designed narrative map cries out to be an interactive mechanism leading one back to the source (Mamber, 2003, pág. 148).

Luke»⁴⁷ arruinando así la sorpresa para quienes aguardaban en fila la siguiente función. Todos sabemos que los giros argumentales son elementos claves para el lector/espectador, ya que generan la incertidumbre necesaria para querer continuar conociendo más sobre el texto, o bien dan la sensación gratificante de entender su sentido global, la epifanía de que «todas las piezas encajan». Homero Simpson no pudo revelar una anagnórisis más famosa en la cultura popular, privando así a sus coterráneos de una experiencia asociada a menudo con el imaginario colectivo de toda una generación.

A comienzos de los ochenta, internet no era accesible para todos, y los secretos de las producciones mediáticas eran más sencillos de guardar, hoy en día con la información fluyendo libre y veloz suelen filtrarse detalles que algunos preferirían desconocer para no arruinar su experiencia con el texto.

Una llana definición de *spoiler* engloba los comentarios que revelan información desconocida que con frecuencia resulta ser clave para disfrutar y entender un texto. Sin embargo, algunos fans pueden ser más puristas al respecto y considerar *spoilers* incluso a las promociones (*previews*) al final de los episodios o capítulos de sus series.

En la última década los argumentos de las ficciones televisivas se han tornado más elaborados, complicando las formas en que las narrativas son consumidas y promovidas. Es común que la misma producción entre en el juego de *spoilers* revelando trozos de información de los episodios por venir, en ocasiones lo hacen a través de ingeniosas pistas, otras veces proporcionan elucubrados datos que resultan ser falsos, con el fin de llevar a los espectadores a pensar en otros escenarios para que de este modo no se esperen el real (Jenkins, 2006; Gray & Mittell, 2007, Gray, 2010).

Los comentarios en redes sociales evidencian que algunos fans prefieren mantener el menor conocimiento posible sobre las tramas que están por desarrollarse por lo cual

⁴⁷ Esta escena pertenece al episodio doce de la tercera temporada titulado originalmente *I married Marge*, se emitió por primera vez el 26 de diciembre de 1991 por la cadena Fox.

se alteran ante cualquier filtración de información, mientras que otros no pueden esperar a conocer todos los detalles posibles de lo que está por venir. «Los fans del *spoiler* notan que saber lo que pasará no les quita el disfrute de las actuaciones, diálogos, efectos especiales, momentos graciosos, y enfocarse en el carácter de las relaciones y su desarrollo» (Gray, 2010, pág. 150).

Un comentado caso de *spoiler* proveniente de fuentes oficiales, tuvo lugar el 30 de noviembre de 2014, fecha en que se emitió el último capítulo de la primera mitad de la quinta temporada de *The Walking Dead* titulado «Coda». Los administradores de la cuenta oficial de Facebook publicaron una imagen en la que se veía al personaje de Daryl Dixon cargando en brazos el cuerpo sin vida de Beth, acompañada del mensaje «RIP Beth» luego de que dicho capítulo fuera apenas emitido en la Costa Este de Estados Unidos, sin tener en cuenta que esta publicación arruinaría la experiencia no solo para los de la Costa Oeste sino para el resto de audiencia en distintos países que no aún no lo había visto. Enseguida muchos fans desilusionados e indignados se pronunciaron en redes sociales argumentando una falta de consideración de la cadena al estropear el desenlace de este *midseason finale*, que si bien se esperaba incluyera el deceso de un personaje, aún no se sabía cuál y la forma en que se desatarían los hechos era aún desconocida.

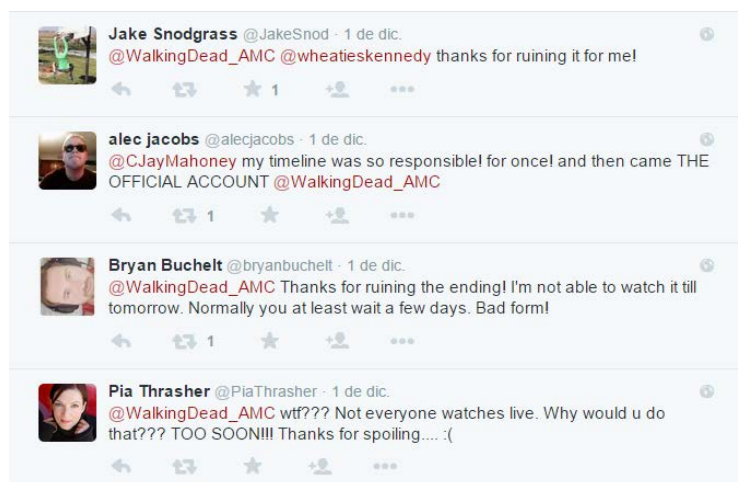


Figura 10. Descontento de la audiencia en Twitter por el *spoiler* pronunciado en redes sociales oficiales de *The Walking Dead*. 1 de diciembre de 2014.

Con una audiencia descontenta, AMC y los responsables de manejar su cuenta oficial de Facebook no tuvieron más remedio que ofrecer disculpas públicas a través de otro comentario por dicha red:

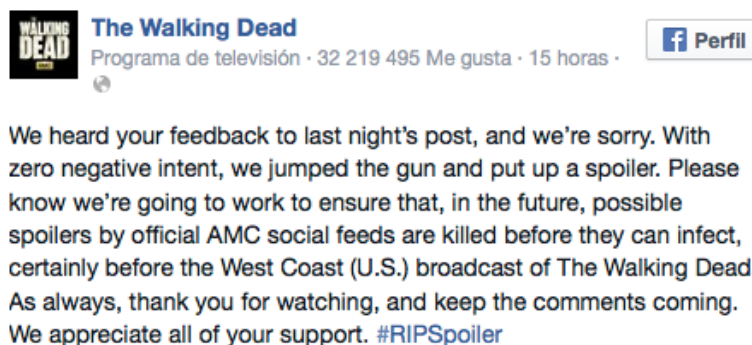


Figura 11. Mensaje en la cuenta oficial de Facebook TWD, 1 de diciembre de 2014⁴⁸.

Tras la emisión tanto del supuesto *spoiler* como del capítulo, el *hashtag* #RIPBeth⁴⁹ se convirtió en *trending topic* en Twitter, fenómeno anunciado en la red en diferentes portales de noticias y blogs de diversos países.

Otra serie con millones de seguidores alrededor del mundo sufrió un magno suceso de *spoilers* que más que causar indignación entre sus seguidores supuso un golpe bajo para la productora. Los primeros cuatro capítulos de la quinta temporada de *Game of Thrones* fueron filtrados a la red un día antes del estreno mundial. Sitios de descarga y visionado online se congestionaron en cuestión de minutos. ¿Cómo llegó este material a manos de terceros? Según un comunicado de HBO a *USA Today*, al parecer esta filtración se originó a partir de copias legítimas enviadas a grupos aprobados para recibirlas⁵⁰ con el fin de generar reseñas en la prensa previamente a

⁴⁸ Escuchamos sus comentarios de la última noche y lo sentimos. Sin ninguna intención negativa pusimos un spoiler. Por favor sepan que vamos a trabajar para garantizar que, en el futuro, posibles spoilers por redes sociales oficiales de AMC sean asesinados antes de que puedan infectarlos previamente a la emisión de la Costa Oeste (EE.UU.) de *The Walking Dead*. Como siempre, gracias por vernos, y sigan comentando. Agradecemos todo su apoyo. #RIPSpoilers.

⁴⁹ Véase: https://twitter.com/walkingdead_amc/status/539252240595550210

⁵⁰ Véase Patrick Ryan (2015). *New 'Game of Thrones' episodes leak online*. *USA Today*. Recuperado de: <http://www.usatoday.com/story/life/tv/2015/04/12/game-of-thrones-season-5-episodes-leak/25676065/>. [Consulta realizada el 27 de octubre de 2015].

las emisiones. Las fans pronunciaron en redes sociales sentimientos encontrados, algunos se sentían gratamente sorprendidos por tener la posibilidad – tras una larga espera- de consumir de golpe cuatro episodios seguidos (aunque eso les implicara esperar un mes para poder ver el quinto) otros querían vivir la experiencia “a su debido tiempo” por respeto al trabajo de la producción, censurando aquellos que publicaran *spoilers* al respecto.



Figura 12. Comentarios de la cuenta oficial en Facebook de *Game of Thrones*, que muestran reacciones opuestas frente a los episodios filtrados el 12 de abril de 2014.

En 2016, HBO decidió no enviar adelantos de los episodios de la sexta temporada a ningún medio. Esta decisión se tomó en medio de la especulación en torno a la muerte de un personaje principal en el final de la quinta temporada⁵¹.

Precisamente las dos series reseñadas en este apartado encabezan la lista de las diez producciones más *pirateadas* de 2014, *Game of Thrones* registró más de 48 000 millones de descargas *Torrents* ese año, seguida de *The Walking Dead* con más de

⁵¹ Véase Hibberd (2016) *Game of Thrones lockdown: HBO won't send press any season 6 episodes*. Recuperado de <http://www.ew.com/article/2016/03/02/game-thrones-season-6-review-sneakers>. [Consulta realizada el 28 de junio de 2016].

47 000 millones, cifras recogidas por la firma Excipio que rastrea infracciones a los derechos de autor en redes P2P.

Los *spoilers* suelen aparecer en la discusión en redes sociales cada día, algunos fans sin embargo tienen la prudencia de advertir a sus pares con un aviso que usualmente contiene la frase: ¡Alerta, *spoilers*!, otros por el contrario revelan de más – incluso en un corto comentario de dos palabras - recibiendo por esto la desaprobación de la comunidad *online*.

Así como existen revistas y programas de televisión dedicados a publicar los últimos descubrimientos sobre las tramas de las producciones de las series más exitosas, Muchos sitios fan albergan foros exclusivos para *spoilers* en donde no solo se alienta a subirlos sino a discutirlos exhaustivamente. La evaluación de la veracidad y la complementación de estos comentarios en los hilos de discusión, así como el conocimiento de las reglas para esta interacción, es lo que se conoce como la cultura del spoiler (Gray & Mittell, 2007).

Mientras esta práctica tenga seguidores se extenderá viralmente afectando aquellos fans que no buscan los *spoilers*. Hoy en día es común escuchar a personas que se alejan de sus cuentas en redes sociales por unos días para no enterarse sin querer de algo importante de la narrativa en curso. Este aislamiento voluntario de las tecnologías de la información y la comunicación, evidencia la relevancia actual del discurso alrededor de la ficción que ocurre en la web social.



Figura 13. «Lo siento cariño, pero hasta que veamos *Game of Thrones* debemos escondernos de Internet» Meme sin fuente determinada (2016).

Aunque los evasores de *spoilers* juzguen negativamente esta práctica como una violación a las normas - no institucionalizadas pero tácitamente entendidas- dentro de la comunidad virtual, lo cierto es que la emoción de conocer un aspecto de la trama antes que los demás también es una manifestación del compromiso del lector/espectador con el texto, la práctica del *spoiler* es otra forma de comprender la narrativa y de participación dentro de la comunidad fan.

Jenkins (2006) señala que el consumo de *spoilers* trae consigo un disfrute extratextual que incluye un proceso investigativo exhaustivo y una puesta en común con otros en un ejercicio grupal que, haciendo referencia al concepto acuñado por Lévy, define como «inteligencia colectiva». En el objeto de estudio elegido por Jenkins, el *reality Survivor* (CBS), se evidencia cómo la práctica del *spoiler* se convierte en el centro de la interacción de la comunidad fan más que el consumo del texto en sí, en cierta forma lo relega, de hecho muchos de los espectadores consultados se refieren al programa en términos negativos convirtiendo al visionado en una práctica útil únicamente para desmentir o comprobar los *spoilers*. Sin duda el formato de los *realities* depende bastante de la respuesta de la audiencia, cualidad que infiere directamente con el argumento. A diferencia de las narrativas de ficción, este formato lleva a los espectadores a recoger piezas filtradas de algo que ya sucedió en la “realidad” y no a construir teorías en conjunto sobre una elaborada trama que aún está por escribirse. El compromiso fan en este caso se enfoca en la extensión paratextual que constituye el *spoiler*, el consumo del texto televisivo se reemplaza por el disfrute de la lectura de este tipo de comentarios y su discusión.

En la actualidad, la presencia de *spoilers* en el discurso fan es contundente, evidenciando la interacción cada vez más dinámica entre las productoras y la audiencia y las diversas expresiones que puede abarcar el compromiso del espectador con el texto que consume. Bajo un protocolo establecido, esta práctica alienta a la participación y a la construcción de comunidad en los nuevos medios, y aún más importante, los contenidos que produce son en sí mismos paratextos dignos

de una examinación más profunda, con el fin de comprender hacia donde se dirige el consumo de ficción y lo que esto implica en la creación de nuevas narrativas.

1.8 La tendencia friki se impone

Las herramientas dialógicas en el entorno web actual, han permitido que ser fan hoy día sea una experiencia completamente distinta, y las empresas de medios, agencias y marcas han comenzado a promover esto y a sacarle cada vez más provecho. Podríamos decir que es un gran momento para ser fan y compartir aficiones ya que esta práctica ya no se encuentra relegada al extrarradio cultural sino por el contrario define la corriente principal, lo friki/*geek* se impone.

En años recientes se ha evidenciado como los productos mediáticos bajo la etiqueta *geeky* han alcanzado un gran éxito comercial, y la imagen *geek* ha se vuelto más aceptable -incluso una tendencia- por estándares culturales más amplios. Microsoft dio a conocer su consola de videojuegos Xbox 360 en una fiesta en MTV con celebridades de cine y bandas *pop*; revistas de moda han declarado que lo 'geek' es ahora 'chic'; y Fox ha promovido el *remake* de *Revenge of the Nerds* en el *Comic Con* del año pasado regalando camisetas que proclamaban al portador como 'nerd'⁵² (Tocci, 2007, pág. 4).

El término *geek chic* es definido por el diccionario de Oxford como la estética y la cultura relacionada con los entusiastas de la informática y la tecnología; y es que si bien la expresión *geek* en principio connota un alto estatus otorgado a aquellos con destreza sobre las tecnologías digitales pero inadaptados socialmente, ahora, con los avances en los entornos en línea compatibles para la experimentación en prácticas

⁵² En el original: recent years have seen geeky media attain wider commercial success, and the geek image grow somehow more acceptable – even hip – by broader cultural standards. Microsoft unveiled its Xbox 360 video game console on MTV with movie celebrities partying to pop bands; mainstream fashion magazines declare that “geek” is “in”¹⁵ (or, more frequently, “chic”); and Fox promoted its remake of *Revenge of the Nerds* at last year’s *Comic Con International* by giving away free t-shirts proclaiming the wearer “nerd” (Tocci, 2007, pág. 4).

sociales, se relaciona con contextos culturales diversos y positivos (inteligencia, pasión por determinados elementos de la cultura popular, un estilo visual diferente y divertido).

Así como el desarrollo de la tecnología que hoy en día nos acompaña a millones de usuarios influyó en la integración social de los frikis⁵³ (*geeks* y *nerds* dentro del mismo grupo semántico); la nostalgia también fue un factor influyente en su inclusión. El mercado actual se ha enfocado en explotar algunos de los pilares del imaginario colectivo de la infancia (computadoras, videojuegos, cultura japonesa, cómics, series y películas), arquetipos generacionales reflejados en objetos materiales.

Recientemente la productora Netflix estrenó la serie *Stranger Things*, la cual hace un homenaje a la década de los ochenta, más exactamente a sus productos culturales icónicos, *E.T.*, *The Goonies*, *Poltergeist*, *Alien* entre tantos otros más. En redes sociales los vídeos y memes discutiendo las referencias y recordando esta época no se hicieron esperar. Evidentemente los creadores de la serie, Matt y Ross Duffer, apostaron por la nostalgia como ingrediente clave para el éxito.

La necesidad de conectar con otros en esta aldea global ha propiciado la hipersensibilidad frente a la estética nostálgica, lo *retro*. Las referencias a ciertos íconos de la cultura popular provocan sentimientos afines y un sentido de pertenencia a un segmento exclusivo que cada vez tiene más relevancia, un fenómeno que se incluye cada vez más en las nuevas narrativas de ficción para televisión.

Podemos constatar que las personalidades frikis se han tomado la pantalla en la última década, el protagonismo de personajes con cualidades que conllevan a un pobre desempeño social según los estándares convencionales - difiriendo por tanto de las

⁵³ En castellano la cultura *geek* o *nerd* se engloba dentro de la expresión 'friki'. El Diccionario de la lengua española (DRAE) ha introducido este término en su vigésima tercera edición, definiéndolo como «extravagante, raro o excéntrico. Persona pintoresca y extravagante o persona que practica desmesurada y obsesivamente una afición».

narrativas habituales - es cada vez más creciente. Crisóstomo (2014) ofrece una categorización de los tipos de personajes protagónicos de series norteamericanas que presentan características atribuibles a los frikis. Para establecer estas categorías se recurrió a un análisis de los personajes y su contexto buscando hallar al menos dos cualidades del arquetipo friki, una condición que le dificulte la socialización y vivir cierto grado de aislamiento social.

De esta manera se identificaron cuatro categorías, la primera, y quizá más cercana al estereotipo, es el friki tecnológico que a su vez es fan de varios productos culturales. Sin duda dos populares *sitcom* que satirizan el cotidiano de este tipo de friki y a la vez ponen de manifiesto la influencia y poder que han alcanzado en la sociedad son *The Big Bang Theory* (WB, 2007) y *The IT Crowd* (Channel 4, 2006 – 2013), ambas producciones cuentan con un vasto número de seguidores evidenciando la asimilación y redención de lo *geek* en la cultura *mainstream*. El estilo de vida de estos personajes, sus referencias culturales y formas de consumo pasaron de ser arquetipos irrisibles a modelos a seguir, un cambio conceptual producto del nuevo entorno tecnológico en que vivimos debido a que el proceso "Geek Chic" es un componente necesario para la difusión de la tecnología (Milne, 2004).

La siguiente tipología involucra al protagonista friki con habilidades únicas, el superhéroe. Series como *Heroes* (NBC, 2006-2010), *Misfits* (E4, 2009 - 2013) entre otras, cuyos protagonistas son personas con destrezas extraordinarias que les separan del resto de la sociedad, a menudo contrariados por la incomprensión que su don suscita. Como contribución propia a esta categoría, reseñaré a continuación algunas series actuales que ostentan protagonistas frikis con poderes especiales.

The Flash (CW, 2014) trae a la pantalla a este superhéroe de DC Comics con la identidad pública de Barry Allen, quien en esta adaptación es un joven científico que trabaja en la división forense del Departamento de Policía de Central City y que durante una tormenta provocada por la explosión de un acelerador de partículas es golpeado por un rayo lo que le otorga supervelocidad. Barry Allen manifiesta

características típicas de un friki, inteligencia superior a la media, habilidades tecnológicas y un carácter algo introvertido que le impide por ejemplo estar con la chica que anhela. Sin embargo estas características no lo aíslan del entorno social promovido en la serie -acorde con las narrativas actuales- donde los genios en ciencia y tecnología son de hecho personas bien parecidas y admiradas en sus campos profesionales. Asimismo como su alter ego, Barry Allen obtiene notoriedad en la comunidad y logra captar la atención de su interés romántico. De esta serie cabe hacer mención especial del personaje de Cisco Ramón, *sidekick* de *The Flash*, genio en ingeniería, a quien podríamos atribuir la cuota humorística basada en múltiples referencias a productos de la cultura popular (en especial películas y series de los ochenta y noventa, explotando la vena nostálgica de la audiencia), cualidades que lo ubican en la categoría del friki tecnológico y fan.

De parte del universo Marvel, tenemos al protagonista de *Daredevil* (Netflix, 2015) Matt Murdock, quien de niño perdió la vista tras un accidente con un químico radioactivo el cual a su vez desarrolló sus otros sentidos de manera sorprendente. Este personaje revela cualidades propias del friki con habilidades únicas, graduado Suma Cum Laude en derecho, defiende causas justas en los estrados de Nueva York a la luz del día, mientras que en la noche asesta golpes a las mafias que controlan la ciudad. También encontramos a *Jessica Jones* (Netflix, 2015) brillante detective con fuerza sobrenatural, cuyos traumas le impiden mantener relaciones cercanas.

La siguiente categoría identificada por Crisóstomo, acerca de los nuevos modelos protagónicos en las más recientes narrativas televisivas estadounidenses, es el friki *outsider*, aquél que sus preferencias, conductas y aspecto físico lo relegan de la corriente principal. La serie *Glee* (FOX, 2009 - 2015), es la abanderada del orgullo friki, con un discurso a favor de la diversidad y la aceptación personal. Asimismo la serie *Community* (NBC, 2009) nos muestra el cotidiano -lleno de referencias a la cultura popular- de un grupo de estudiantes rezagados de una universidad comunitaria, que como es bien sabido no gozan de prestigio en dicho país.

Finalmente, los protagonistas de series con un nivel de inteligencia superior cuyas habilidades sociales se dificultan a causa de adicciones o problemas psicológicos, constituyen el último grupo encontrado en este estudio, el friki trastornado, que vive al margen de los convencionalismos, ejerciendo una atracción ambivalente sobre sus contrapartes en la pantalla pero positiva en el grueso de la audiencia. Algunos ejemplos de esta tipología de friki que podemos encontrar son: Sherlock Holmes (*Sherlock*, BBC One, 2010 - 2017) irreverente y asocial pero único en su tipo, su contraparte estadounidense en la serie *Elementary* (CBS, 2012 -) cuya terapia de rehabilitación a la cocaína es resolver misterios policiales, Gregory House (*House M.D.*, Fox, 2004-2012) detective de misterios médicos, Adrian Monk (*Monk*, USA Network, 2002-2009), conviviendo con un trastorno obsesivo compulsivo, Abed Nadir (*Community*, NBC, 2009) cuya obsesión por la ficción lo lleva aislarse constantemente de la realidad, Elliot Alderson (*Mr. Robot* USA Network 2015 -) talentoso hacker con fobia social y depresión clínica y Sheldon Cooper (*The Big Bang Theory*, CBS 2007) friki tecnológico y fan, cuyo síndrome de asperger e irritante complejo de superioridad lo hacen un candidato perfecto para esta categoría.



Figura 13. Concepto de diseño para un artículo sobre la serie líder de la BBC One, *Sherlock*. Diseñado por Kathleen Murray.⁵⁴

⁵⁴ En el remake moderno *Sherlock* de la BBC One, el personaje de Irene Adler sentencia que «ser inteligente es lo nuevo sexy» desatando una adoración global tanto por el personaje interpretado por Benedict Cumberbatch como por otros arquetipos similares. La idea entra en consonancia con los nuevos valores promocionados en las narrativas ficcionales actuales.

Como lo resalta este estudio, las narrativas actuales se han encargado de dar protagonismo a cualidades otrora consideradas negativas, una reformulación enmarcada en el ambiente tecnológico, interconectado y embebido en la nostalgia en el que nos desenvolvemos; los intereses personales de sujetos aislados que antes se creían únicos, resultaron ser similares a los de millones de personas, reconociéndose así como comunidad.



Figura 14. Poster publicitario del día del orgullo friki 2015⁵⁵

En este panorama cabe la reflexión acerca de si esta reivindicación de la cultura friki en nuestros días no conlleva a un estadio reminisciente en donde se busca escapar a quehaceres y responsabilidades adultas⁵⁶. Las actividades que provienen de los intereses en la ficción por mucho tiempo han sido vistas como pasatiempos improductivos, pero si analizamos el panorama, el surgimiento reciente del orgullo friki

⁵⁵ Según un artículo del *Time magazine* la fecha fue escogida para coincidir con la premier de la primera película de *Star Wars, Episodio IV: Una Nueva Esperanza*, (25 de mayo de 1977). Este día también se celebra el *Día de la toalla*, por los fans de *The Hitchhiker's Guide to the Galaxy* de Douglas Adams.

⁵⁶ En relación a este tema, el animador Hideaki Anno, creador de la mítica serie de anime *Evangelion* (Gainax 1995 - 1996), en una entrevista a *The Atlantic* expuso su preocupación sobre la obsesión escapista de la generación consumidora de manga y anime en su país. Véase Samuels (2007) *Let's Die Together Why is anonymous group suicide so popular in Japan?* The Atlantic. Recuperado de: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2007/05/let-s-die-together/305776/>. [Consulta realizada el 15 de junio de 2015].

ha sido gracias a un ejercicio de resistencia y empoderamiento basado precisamente en logros cuantificables en diversas áreas « la cultura *geek* puede trasladarte a un entorno de fantasía, pero sus instituciones empresariales - Apple, Marvel / Disney, TED, MMPORGs y mil entidades más pequeñas - son lo suficientemente robustas como para mantener el control sobre el mundo real⁵⁷». Su estrecha afiliación a las nuevas tecnologías es lo que los ha llevado a consolidarse en el contexto actual. Las prácticas y objetos de adoración de la cultura friki son solo expresiones de un proceso evolutivo coherente de una generación transitiva entre un mundo inconexo y otro interconectado.

1.9 La productividad textual después de internet

Una característica determinante de la Web 2.0 es precisamente que una gran parte de sus contenidos no han sido creados por grandes productoras para las masas, como en los medios tradicionales, e incluso como en la primera fase de Internet. La web 2.0 se fundamenta en la cultura participativa, en el empoderamiento de los usuarios y la personalización del consumo audiovisual (Álvarez Monzoncillo, 2011) Un ejemplo claro de esta transformación cultural, social y económica, es el sitio web YouTube⁵⁸, que se ha consolidado como la plataforma más popular de contenidos generados por usuarios, ofreciendo nuevas alternativas para la expresión y la crítica (Burgess & Green, 2009).

En este escenario, las inquietudes sobre el fandom giran en torno a las implicaciones de la reconfiguración de las relaciones entre productores y consumidores. Por ejemplo, la actividad de los fandoms como colectivos interconectados, está siendo aprovechada en el quehacer de las productoras que operan un ejercicio de

⁵⁷ Véase Harrison (2013) *Rise of the new geeks: how the outsiders won*. The Guardian. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/fashion/2013/sep/02/rise-geeks-outsiders-superhero-movies-dork>. [Consulta realiza el 25 de enero de 2015.

⁵⁸ YouTube vio la luz en mayo de 2005 y en octubre de 2006 fue adquirida por Google Inc. Por 1650 millones de dólares. En la actualidad, este sitio alberga más de mil millones de usuarios y se suben en promedio 300 horas de videos por minuto a su interface. (Alonso, 2016. Págs. 283,291).

construcción cooperativa con los fans con el ánimo de «mejorar el producto», lo que trae consigo una descarga de la labor de investigación de mercados en la audiencia.

En la actualidad vemos que las redes sociales están proveyendo de una extraordinaria retroalimentación instantánea -inimaginable tan solo una década atrás- a las productoras de entretenimiento. Básicamente, las productoras han edificado en ellas espacios exclusivos para conocer las opiniones y expectativas de la audiencia. Podemos decir entonces, que las redes sociales no solo juegan un papel importante en la interacción parasocial contemporánea entre personajes ficticios y espectadores, sino que también resultan ser herramientas de mercadeo estratégicas, que construyen y fortalecen la lealtad y dedicación de la audiencia.

Por otra parte, la examinación académica de la cultura popular enfocada a las prácticas de adoración hacia ciertos textos, casi siempre saca a relucir el conflicto existente entre las industrias mediáticas y los fans. Cuando la productividad del fandom resiente la susceptibilidad de los creadores, estos alegan una transgresión a sus derechos autorales. Los casos más comentados han sido la discordante relación entre George Lucas, creador de la saga *Star Wars* y sus fieles -y prolíficos- seguidores, o las frecuentes fricciones, señaladas por Jenkins (2006), entre la productora *Warner Brothers* y los entusiastas admiradores de los libros de *Harry Potter* (muchos de los cuales eran en su momento menores de edad)⁵⁹.

En su análisis sobre las relaciones contemporáneas entre fans y productores, Pearson (2010) señala que más que una resistencia, existe una negociación entre los sistemas económicos del fandom (la economía del regalo) y la industria (la cultura de la mercancía) y que gran parte de esta negociación ocurriría en el «campo minado de la ley de derechos de autor» (Pearson, 2010, pág. 90). Asimismo, destaca la posición frente a esta ley, adoptada por la reconocida Organización para el trabajo transformativo (OTW por sus siglas en inglés), fundada y administrada por fans productores.

⁵⁹ *Converge Culture*, capítulo 5, *Why Heather Can Write*. Pág 187.

El derecho de autor está destinado a proteger el derecho del creador a beneficiarse de su trabajo durante un período de tiempo para alentar el esfuerzo creativo y el amplio intercambio de conocimientos. Pero esto no excluye el derecho de los demás a responder a la obra original, ya sea con un comentario crítico, una parodia o, lo que creemos son, obras transformadoras. (Pearson, 2010, pág. 90)⁶⁰.

En este escenario, Stanfill y Condis (2014) indican que, gracias a las nuevas tecnologías, los fans obtienen cada vez más beneficio económico por actividades de ocio. Por ejemplo, algunas empresas de videojuegos reclutan fans para testear juegos en construcción y sitios web oficiales están incluyendo *fanarts* y *fanvids*, lo cual es un reconocimiento y estimulación por parte de la industria nunca antes visto.

Aun así, dentro de los fandoms predomina la economía del regalo, en este sistema, los productos generados por fans no son gratis, sino que se intercambian por productos y servicios que tienen un determinado valor (Booth, 2010, 2015; Hellekson, 2009, 2015; Sabotini, 1999). Los objetos de canje pueden ser tangibles (*fanfics*, *fanvids*, *fanarts*) o intangibles (atención, reconocimiento y estatus). Los fans se comprometen libremente con este tipo de actividades simplemente porque las disfrutan, no esperan una ganancia económica, sus compensaciones son el poder expresarse libremente, conectar con otros y poder ser reconocidos.

Quizá la razón más importante para que el fandom continúe interactuando dentro de la economía del regalo es mantener un bajo perfil, como mecanismo de protección social contra el miedo constante de poder estar violando leyes de derecho de autor (Turk, 2014). Asimismo, bajo esta dinámica pueden tener autonomía al tiempo que solidifican su cohesión como grupo (Hellekson, 2009).

Los nuevos medios también han facilitado la organización de los fans para alcanzar nuevas metas a través de iniciativas públicas, lo cual se conoce como activismo fan.

⁶⁰ En el original: Copyright is intended to protect the creator's right to profit from her work for a period of time to encourage creative endeavor and the widespread sharing of knowledge. But this does not preclude the right of others to respond to the original work, either with critical commentary, parody, or, we believe, transformative works (Pearson, 2010, pág. 90).

The Harry Potter Alliance (HPA) inspirada en el Ejército de Dumbledore, la organización activista estudiantil en la ficción de Harry Potter, arguye movilizar a más de 100 000 jóvenes de todo Estados Unidos, principalmente, aunque no exclusivamente, fans de Harry Potter, para trabajar por diversas causas, incluyendo la alfabetización, la igualdad y los derechos humanos (Kligler-Vilenchik, McVeigh-Schultz, Weitbrecht, & Tokuhama, 2012).

Este tipo de organizaciones demuestran que las generaciones recientes tienden hacia nuevas formas de participación cívica y política, en asuntos estrechamente ligados a sus intereses personales y que tanto la cultura popular como las redes sociales en lugar de promover la despreocupación de los jóvenes por temas cívicos, pueden ser utilizadas para que se movilicen para la acción social (Kahne, Lee, & Timpany Feezell, 2012).

HPA utiliza paralelismos entre el mundo de ficción y el real como un impulso para la acción cívica, y da muestra de comportamientos clásicos de activismo fandom, se basa en una comunidad ya existente, nutrida de experiencias compartidas en los medios y un sentido de comunidad en torno a un texto común. La organización canaliza estas experiencias para inspirar a sus miembros a la acción social de causas diferentes. Los deseos por ayudar entre los sujetos pertenecientes al fandom, puede que provengan de diferentes fuentes, pero también es cierto que pueden estar siendo incitados debido a su participación en el fandom. Como comprueban Kligler-Vilenchik et al., los fandoms, como audiencias empoderadas, tienen la facultad de interactuar y causar impacto en otros entornos.

Por otra parte, los estudios sobre fandom actuales tienen en cuenta la otra cara de la moneda, el antifandom, para asegurar una mejor comprensión de la interacción contemporánea entre personas y textos (Gray 2003, 2005; Haig, 2013; Harmann & Jones, 2013; Sandvoss, 2005). Para comenzar, Gray (2005) arguye que el antifan, al igual que el fan, busca discutir el texto con otros, y este comienza a formar parte de su discurso y productividad pero desde la crítica, la cual a su vez aborda principalmente tres aspectos: la moral, la estética y lo racional o realista. Los antifans

evidencian más la división del texto televisivo en estas dimensiones que otros grupos de espectadores, son una porción de audiencia reaccionaria ante la saturación mediática de ciertos textos. Este autor asegura que el antifandom solo tiende a crecer, toda vez que internet facilita y fortalece su agenda y debe ser considerado en el análisis del fandom pues indiscutiblemente lo afecta. (Harman & Jones, (2013) identifican, por ejemplo, que las comunidades antifan juegan un papel importante en la construcción de significados y de gustos. Asimismo, que los antifans utilizan su discurso particular del texto para apoyar y reforzar campañas sobre temas afines y diferentes.

El antifandom debe ser examinado a la par que el fandom como parte del espectro de la relación entre personas y productos mediáticos. No todos los fans idolatran sin ser críticos, así mismo, no todos los declarados antifans levantan campañas en contra de un texto determinado.

1.9.1 *Fanfiction en la web 2.0*

Podríamos afirmar que la proliferación del *fanfiction* en nuestros días se debe tanto a la normalización del uso de las nuevas tecnologías (Barnes, 2015), como a la construcción cada vez más consciente de textos para televisión. Hills (2002) identifica dos características de los textos de culto que invitan a la especulación y la exploración, la hiperdiégesis, la cualidad de un texto de inferir un mundo ficticio mucho más extenso y de desenvolverse de acuerdo a su lógica, y las narrativas continuamente diferidas, esto es, misterios o preguntas frecuentemente aludidas pero nunca contestadas (al menos no hasta el final del texto en cuestión).

El *fanfiction* es una práctica que surge entre estos espacios irresolutos de las narrativas, y que consigue mantener vigentes en el imaginario colectivo ficciones televisivas que han dejado de emitirse (Williams, 2015). Esta expresión del fandom contribuye enormemente a la decisión de las industrias de reanimar producciones, como es el caso de *Star Trek* o *The X Files*. A este fenómeno se le conoce con el término anglosajón de *revival*.

Fanfiction.net es, desde 1998, una página especializada en difundir los relatos de los fans conocidos como *fanfics* o simplemente *fics*, siendo hoy en día el archivo más grande en Internet. Esta página cuenta con varias categorías que van desde libros y videojuegos, hasta series de televisión incluyendo *cartoons* y *anime*. Al momento de escribir estas líneas, la serie de HBO *Game of Thrones* ha inspirado 1250 *fanfics* publicados en esta página, más otros 151 tipo *crossover*; es decir, mezclados con otras narrativas, que van desde cómics como *Thor* (Marvel, 1962) animes como *Shingeki no Kyojin* (Production I.G, 2013) otras series de televisión de fantasía épica, como *Merlín* (BBC, 2008) y por supuesto libros, siendo los más populares para esta mezcla la saga de *Harry Potter* (J.K Rowling, 1997).

Por su parte la serie de AMC *The Walking Dead* cuenta en esta página con 429 historias fabricadas por fans, correspondiendo la mitad de ellas a la categoría de «romance», y otras más catalogadas como «humor» o «amistad», en contraste con la naturaleza sórdida y dramática tanto del cómic como de la serie original. Igualmente, TWD tiene en este sitio web un número importante de *crossovers*, 266, siendo la mayoría relacionados con la película *Boondock Saints* (Duffy, 1999) y con la serie *Supernatural* (WB, 2005).⁶¹

Asimismo, con el desarrollo de las nuevas tecnologías, los fans dedicados encuentran nuevas formas de crear *fanfiction*. Stein (2006) expone dos novedosos casos en el entorno web actual. En el primero, los fans de Harry Potter aprovechan el sitio *Livejournal.com* (el cual permite llevar un diario personal y mantener conversaciones con amigos y familiares o con una comunidad virtual) para escribir diarios en línea asumiendo la identidad de los personajes de la ficción: «Esta red de diarios crean universos desplegados, seriales y expansivos donde la narrativa fan puede completarse, podría en principio asociarse con comunidades RPG [...] otros prefieren llamar su proceso narrativo *ficción interactiva*» (Stein, 2006, pág. 250).

⁶¹ Los datos sobre los *fanfics* de las series objeto de estudio, TWD y GOT, alojados en este sitio, fueron recogidos en abril de 2014.

En el segundo caso, esta autora expone la creación de nuevos modelos narrativos utilizando la interface del famoso videojuego *The Sims*, el cual provee herramientas gráficas para diseñar personajes y moldear su entorno. Este software, al igual que la plataforma *Livejournal*, permite mezclar el juego y el proceso narrativo, y fomenta tanto la expansión de mundos ficcionales, como la exploración profunda de sus personajes. Estos casos ejemplifican el fan activo, usuario y a la vez autor, que se expresa creativamente a través de las opciones tecnológicas a su alcance. Internet ha proveído las herramientas para que las comunidades de fans mantengan un entusiasmo constante sobre el mundo de ficción que han formado, su naturaleza expansiva y maleable ha propiciado esa interacción única.

1.9.2 Cosplay en la web 2.0

Además de las convenciones y eventos afines, los fans del *cosplay* han encontrado en las nuevas tecnologías la forma de contactarse y organizarse. Algunas comunidades han creado sitios web para subir sus fotografías profesionales, entablar conversaciones con otros fans y anunciar los eventos en los que participarán. Con estos propósitos muchos fans han adquirido habilidades ya no solo en la fabricación de atuendos y accesorios, sino también en fotografía digital, en manejo de software de edición y programación de páginas web. Heinrich (2013) afirma que las redes sociales y el interés compartido en el fandom facilita el intercambio a pesar de las barreras lingüísticas:

Los *cosplayers* publican fotos de sí mismos en sitios relacionados con la comunidad de fans, como *cosplay.com*, *deviantart.com* o *animexx.de*; así como en sitios más generales de alojamiento de imágenes como Tumblr o Facebook. Todos estos sitios web ofrecen al menos algunas de las siguientes funciones: los usuarios pueden comentar sobre las fotos de otras personas y sus atuendos, pueden enviar una solicitud de "amistad" o "seguir" a otros usuarios, crear una página de perfil con información personal, documentar su progreso en la confección del traje y publicar tutoriales, discutir su afición en tablonos de mensajes, dar "me gusta" y compartir las

publicaciones realizadas por otros usuarios, así como enlaces útiles y recursos para la confección de vestuario.⁶² (Heinrich, 2013, pág. 125).

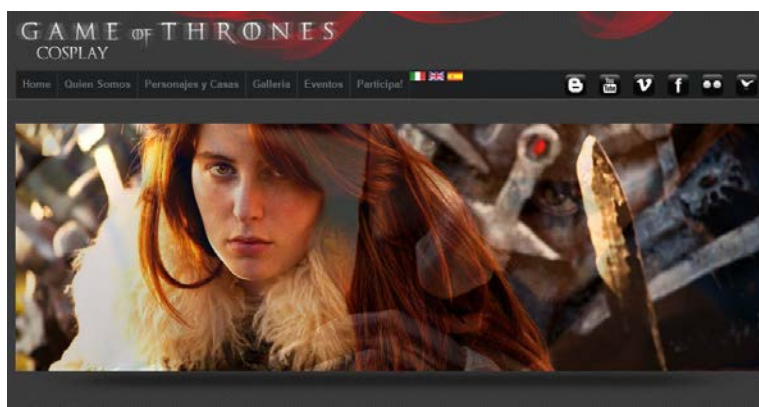


Figura 15. Página de inicio de la comunidad *Game of Thrones Cosplay*⁶³

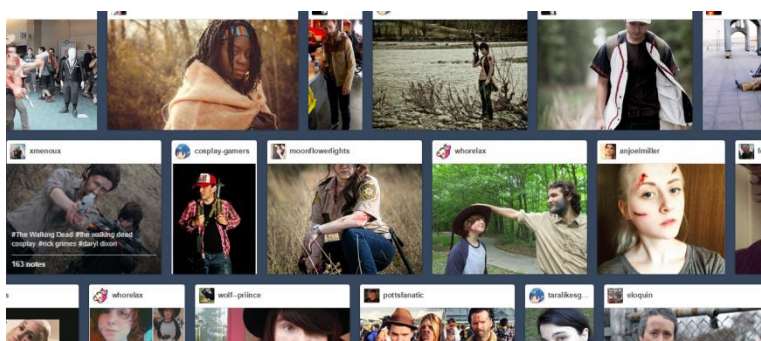


Figura 16. Resultados de la búsqueda sobre *Cosplay* basado en la serie *The Walking Dead* en la plataforma Tumblr el 15/06/2015.

No hay un evento relacionado con la fantasía y la ciencia ficción que no involucre esta práctica, «su presencia marca los límites del territorio de la convención» (Heinrich, 2013, pág. 121). Los asistentes solicitan retratarlos y posan con los *cosplayers* como parte de la experiencia.

⁶² En el original: Cosplayers post photos of themselves in costume on fandom-related community sites, such as *cosplay.com*, *deviantart.com*, or *animexx.de*; as well as general image-hosting and social networking sites like Tumblr or Facebook. All of these websites offer at least some of the following social networking functions: users can comment on other people's photos and costumes, they may "friend" or "follow" other users, create a profile page with personal information, document their costume progress and post tutorials, discuss their hobby on message boards, "like" and share postings made by other users, as well as helpful links and resources for costume-making (Heinrich, 2013, pág. 125).

⁶³ Véase *Cosplay de Game of Thrones*. Enlace: <http://www.gameofthronescosplay.com/>



Figura 17. Cosplayers en el Salón del Manga de Barcelona 2016. Fuente propia.

La particularidad del *cosplay* es que ha evolucionado de una expresión de la productividad fan a un fandom en sí, los fans del *cosplay* responden a estándares específicos para juzgar lo que es apropiado y lo que no en términos de comportamiento y discurso, esta vez no alrededor de un texto sino de una práctica.

El *cosplay* se sintoniza con el concepto de multifandom, al evidenciar el compromiso que un solo individuo manifiesta con diversos productos culturales. Al recrear personajes y evocar escenas de una variedad de productos mediáticos populares, los *cosplayers* contribuyen a reforzar un sentimiento de identificación con un movimiento, una escena cultural urbana y teatralidad pública (Ferrari Nunes, 2014).

En un mundo de experiencias virtuales, el *cosplay* se mantiene como un vínculo tangible, asimismo juega un papel importante en la creación de infraestructuras físicas para el comercio de material fan, ya sean permanentes como es el caso de la zona de Harajuku en la ciudad de Tokio, o esporádicas como las distintas convenciones alrededor del mundo.

Las prácticas dentro del fandom describen perfectamente la lógica del *produsage*, concepto propuesto por Bruns (2008) para describir el entorno actual que promueve la construcción colaborativa y la mejora continua de contenido existente.

Las barreras entre el simple uso de contenido existente y la alteración productiva y extensiva de dicho contenido se reducen a tal grado que resulta posible para los

participantes alternar fácilmente y sin esfuerzo entre estos dos roles, permitiendo, en última instancia, el surgimiento de un rol híbrido en el medio: el *produce* (produsador). Y lo que estos *producers* buscan no es simplemente usar o producir, sino algo más, algo que los una: *produsage* (produsar) ⁶⁴ (Bruns & Schmidt , 2011, pág. 4).

Comunidades como los fandoms ostentan las características claves de un entorno de *produsage*. Están abiertas a la participación y a la evaluación comunitaria. La gratificación no consiste en beneficios económicos, sino en satisfacción personal y en lograr un estatus dentro de la comunidad. Un mejor estatus se logra a través de la calidad de las contribuciones al proyecto en común, el cual, a su vez, se desarrolla en paralelo por varios participantes, sin una meta específica, salvo el continuo mejoramiento.

⁶⁴ En el original: the barriers between the mere usage of existing content and the productive alteration and extension of such content are lowered to such a degree that it becomes possible for participants to switch easily and effortlessly between these two roles allowing, ultimately, for the emergence of a hybrid role in between: that of the producer. And what these producers engage in is no longer simply usage or production, but something else altogether: *produsage* (Bruns & Schmidt , 2011, pág. 4).

Capítulo 2. Narratología de la ficción televisiva contemporánea

2.1 Narrativas globales

Para comenzar a hablar de las series televisivas objeto de estudio debemos partir de la reflexión sobre la relación sociedad y medios masivos de comunicación desde dos puntos de vista: el sociopolítico, en relación a la influencia de los medios en la vida social, globalización e imperialismo cultural (Castells, 2009; Lévy, 1998; Martin Barbero, 1999; McLuhan, 1962, 1964), y el de las industrias mediáticas, que tiene en cuenta la evolución de la audiencia, la creación de nuevos formatos y cambios en las estructuras narrativas.

Si bien el concepto de globalización trae consigo la idea de una homogenización de la cultura, esta es refutada en la práctica toda vez que se evidencia que las culturas locales se sobreponen a la cultura de masas dominante (entendida esta como la estadounidense), aunque sin duda también adoptan sus expresiones y lógica en «un proceso de mundialización, en el que se hacen evidentes las reapropiaciones y las redefiniciones de las culturas» (Pereira G & Villadiego Prins, 2003, pág. 16).

En el panorama actual de la industria mediática, los contenidos locales logran una mayor difusión y si bien no alcanzan un consumo global, logran calar en otros contextos sociopolíticos similares. Por otra parte, se crean narrativas globales que invitan a individuos heterogéneos a un ejercicio de reinterpretación bajo sus propios parámetros culturales, y a continuar construyendo el relato a partir de sus imaginarios establecidos. Acerca de la transnacionalidad de la cultura Ortiz (2003) opina que:

Lo local ya incorpora elementos de lo nacional y de lo mundial (...) la existencia de fronteras entre lo autóctono y lo foráneo, como se postula, por ejemplo, en los conceptos de folclor o de imperialismo cultural, en un mundo globalizado, es cada vez más difícil de sustentar. Pensar el espacio como cruce y no como sucesión de niveles independientes (local, nacional, mundial) implica una perspectiva diferente (Ortiz, 2003, págs. 40,41).

Por ejemplo, el *K-pop*, género musical y el *K-drama*, seriales televisivos; son productos surcoreanos representantes de una ola llamada *Hallyu*, que comenzó desde finales de los años noventa y fue creciendo exponencialmente hasta alcanzar una notoriedad global. Estos productos, al igual que el anime japonés, se introdujeron en occidente gracias a los avances tecnológicos y las redes sociales, aunque primero debieron ganarse a la audiencia de otros países asiáticos. Para los *K dramas* los sitios de visionado online y descargas jugaron un papel importante en este proceso de expansión, permitiendo además un diálogo entre las personas que accedían a estos sitios y fortaleciendo así una comunidad en torno a estas ficciones televisivas.

Los *K drama* se aseguran de divulgar sus valores únicos entre la modernidad que lideran y sus tradiciones; suelen transmitir cierta melancolía en consonancia con su contexto sociocultural, lo que resulta atractivo para la audiencia transnacional. Según Kim (2013) esta confluencia hace posible que los contenidos sean emocionalmente potentes «la razón detrás del exitoso fenómeno (*ola Hallyu*) es la combinación de la historia trágica del país, la intensamente emotiva cultura coreana, y la naturaleza inofensiva de su gente⁶⁵» (Kim, 2013, pág. 85).

Las características enunciadas anteriormente resultan refrescantes para el público occidental frente a las propuestas locales, en un mundo que parece dirigirse hacia la homogeneización bajo el dominio estadounidense. La lectura de estos productos en occidente evidencia la identificación de la audiencia con otras modernidades en el marco de la globalización. Además, como lo afirma Cho (2005), este proceso ha propulsado la creación de productos audiovisuales innovadores en Corea del Sur:

En cierto modo, la industria cultural de Corea del Sur logró crear exitosamente sus versiones de productos inspirados en las películas occidentales más taquilleras, y en comedias y dramas de Japón. Sin embargo, en el proceso de modernización global, la mayoría de los subcontratistas finalmente crearon sus propias marcas. La modernidad

⁶⁵ En el original: have been used with good effect to create emotionally powerful contents [...] The reason behind the succesful phenomenon is a combination of Korea's tragic history, the intensity of Korean emotive culture, and the non-threatening nature of its people (Kim, 2006, pág.85).

es una historia de imitación, y uno no debe negar o subestimar el poder de "copiar"⁶⁶. (Cho, 2005, pág. 175).

La hibridación de la cultura en un contexto globalizado sin duda es responsable de la denominada Ola Coreana o *Hallyu*, un fenómeno transcultural de producción y consumo que ha dinamizado la construcción de narrativas, los mercados y la interacción entre audiencias que antes parecían tan disímiles. En relación al contexto latinoamericano, Fuenzalida (2002) afirma que la narrativa ficcional estadounidense viene a resignificarse sobre la base cultural de su contraparte continental, en un ejercicio de integración dialéctica ejercido por la misma audiencia, de este modo se produce más un fenómeno de hibridación y no un imperialismo cultural.

La industria de la telenovela latinoamericana ha ido expandiéndose, aumentando la distribución de sus productos y exportando el *know how* para el desarrollo de versiones locales (Medina & Barrón, 2010; Sinclair, 1999). La telenovela colombiana *Yo soy Betty la fea* (RCN, 1999 - 2001), transmitida y retransmitida en más de cien países en su versión original, traducida a más de quince idiomas y adaptada en más de veintidós países ilustra este fenómeno. (Murillo Sandoval & Escala Rabadán, 2013)⁶⁷.

En el caso español, investigadores como Canovaca de la Fuente (2011); Grandío y Diego, (2009); Pardo y Diego, (2008) y Pizarroso Quintero (1997) demuestran cómo diversos géneros y formatos de este país se han transformado incluso desde su proceso creativo bajo la influencia norteamericana, una tendencia que ha fomentado la competitividad entre las productoras nacionales y que les impulsa a hacerle frente

⁶⁶ En el original: In a way, the South Korean cultural industry succeeded in creating their version of the products through quickly copying western blockbuster films and Japan's comedies and dramas. However, in the global modernization process, most subcontractors eventually make their own brands. Modernity is a history of imitation, and one should not deny or underestimate the power of "copying" (Cho, 2005, pág. 175).

⁶⁷ Sobre la aceptación de *Yo soy Betty la fea* en España, véase Lacalle (2015).

a las exitosas series importadas que aún dominan las parrillas de programación en las cadenas nuevas.

Diego y Etayo (2013) consideran la diferencia que existe entre la cantidad de horas de series de ficción producidas en EE.UU versus la cantidad de horas producidas en España (9987.8 a 4045.6 en 2010)⁶⁸ una de las razones que explican el preponderado consumo de los contenidos americanos en ese país (situación que puede extrapolarse a otros países) resaltando además que:

... las series americanas aseguran una garantía razonable de altos índices de audiencia, puesto que han logrado tener éxito en su país de origen, y el reconocimiento de sus estándares de calidad en sus series producidas localmente, ha contribuido a la definición de la identidad corporativa de los canales de televisión y por consiguiente, son consideradas como insignia de identidad⁶⁹ (Diego & Etayo, 2013, pág. 151).

Sin duda, un canal prestigioso actúa como legitimador de calidad en los contenidos que promueve y, en este sentido, los canales estadounidenses gozan de una predisposición favorable tras décadas de construcción social, lo que garantiza hoy en día el éxito en la comercialización de sus productos (Fuenzalida, 2002).

Ahora bien, mientras que la televisión abierta cubre la demanda de la audiencia por producciones nacionales (permeadas cada vez más por idiosincrasias foráneas, formatos adaptados, estándares específicos de calidad de imagen y diégesis más elaboradas,) el visionado de contenidos extranjeros se efectúa a través del cable y el *streaming*. Este hábito, sumado a la adquisición de las series en formato DVD, genera cifras nunca antes vistas de espectadores alrededor del globo, además de suscitar

⁶⁸ Véase *Yearbook. Television in 36 European States 2010*, European Audiovisual Observatory, Francia, 2010, p. 97. Citado en Diego & Etayo, (2013).

⁶⁹ En el original: American-made series ensure a reasonable guarantee of high audience ratings because they have already achieved success in the country of origin and met recognized standards of quality series produced in the home-country may contribute to defining the TV channel's corporate identity, and thus are regarded as a badge of identity (Diego & Etayo, 2013, pág. 151).

cambios sustanciales en las dinámicas de consumo (Cascajosa Virino, 2005; García Martínez, 2012; Mittell, 2012 - 2013).

Entre los nuevos modelos de negocio en el mercado de la televisión, basados en internet y la tecnología digital, Netflix está demostrando ser el más rentable. En 2014 alcanzó 40 millones de suscriptores en Estados Unidos y 20 más distribuidos en 50 países, en los cuales se ofrece un 20% de contenidos locales. Las ventajas que ofrece son la recepción en pantallas fijas y móviles para asegurar un fácil acceso al servicio, y un contenido de calidad, a esto le suma una interface intuitiva que ayuda a explorar cómodamente un extenso catálogo de series y películas, ofreciendo recomendaciones al usuario según su historial de selecciones. Esta innovación en la forma de consumir material audiovisual, es posible gracias a una cuantiosa inversión (150 millones de dólares anuales) en el seguimiento y análisis del comportamiento de sus suscriptores y en la investigación de opiniones de usuarios en la web. Asimismo, los patrones de consumo y las calificaciones que los abonados al servicio pueden otorgar a los contenidos, resultan muy provechosos para las productoras (Richeri, 2016).

Investigadores como García Martínez, 2012, 2014; Grandío Pérez & Diego González, 2009; Cascajosa Virino, 2009; Diego & Etayo, 2013, constantemente mencionan que vivimos en la tercera edad de oro de la televisión estadounidense, sustentando este calificativo en el éxito de audiencia que gozan muchas de las series de televisión actuales. Actualmente, así como algunas cadenas estadounidenses se han convertido en sello de calidad, García Martínez (2014) afirma que los nombres de los guionistas imprimen una garantía a las series televisivas, y son un indicador del potencial que tienen de ser bien recibidas por la audiencia:

...parte del éxito que ha mostrado la televisión en estos últimos años tiene que ver con el concepto de autoría, heredado de la *politique des auteurs* enarbolada por *Cahiers du Cinéma* hace más de 50 años. Aunque resulta evidente que la televisión es un proceso creativo colectivo, en la televisión —a diferencia de en el cine— el mayor impulso autoral recae en el guionista que idea la serie; él es quien, habitualmente,

mantiene el control creativo ejerciendo como productor ejecutivo (García Martínez, 2014, pág. 5).

Diego y Etayo (2013) comparten esta visión al evidenciar que directores, productores y guionistas de renombre han encontrado en la televisión el medio para expandir sus horizontes creativos. Bourdaa (2011) destaca que creadores con antecedentes en la industria del cine como David Lynch, Joss Whedon, J.J. Abrams o Alan Ball, ahora forman parte del desarrollo de la complejidad narrativa en televisión: «todos ellos traen un cierto caché a la narrativa televisiva y permiten la legitimación de este nuevo género en progreso⁷⁰»(Bourdaa, 2011, pág. 35). En relación a este panorama, Martin (2014) considera que:

Todo esto dio lugar a una nueva época dorada; para muchos, la tercera en la corta vida de la televisión, tras el florecimiento creativo de los primeros tiempos del medio y el breve período de excelente calidad de las cadenas durante la década de 1980 [...] Tal vez sería más correcto denominarla «primera oleada de la tercera época dorada», ya que sigue siendo discutible si la época dorada ha acabado o no» (Martin, 2014, pág. 24).

Los buenos guiones para televisión juegan no solo con la manera en que construyen el discurso para este medio, sino también con el eco de su narrativa en otros, siempre teniendo en cuenta el contexto, en diversos aspectos, de su audiencia. Esto es posible porque, como diría Barthes «...se sabe que el “autor” no es el que inventa las más hermosas historias, sino el que maneja mejor el código cuyo uso comparte con los oyentes» (Barthes, 1977, pág. 44).

⁷⁰ En el original: they all brought a certain cachet to television storytelling and narration and allowed the legitimization of this new genre in progress (Bourdaa, 2011, pág. 44).

Factores que favorecen el consumo de series estadounidenses



Figura 18. Factores que favorecen el consumo de series estadounidenses. Elaboración propia.

2.2 Introducción a la narratología de las series de televisión

El uso de las herramientas de análisis literario ha sido provechoso en numerosos estudios sobre relatos audiovisuales, teniendo en cuenta, por supuesto, los códigos de cada medio. A principios del siglo XX, los formalistas rusos nos enseñaron que las cualidades en común que poseen los relatos sugieren una estructura a todas instancias analizable, con sus respectivas unidades y reglas. De acuerdo con esta idea, en 1962, Umberto Eco manifiesta que:

La estructura propiamente dicha de una obra es lo que tiene esta de común con otras obras, en definitiva, aquello que un modelo revela [...] frente a la multiplicidad de mensajes, parece posible y útil definir cada uno de ellos empleando los mismos instrumentos y, por consiguiente, reduciéndolos a parámetros semejantes (Eco, *Obra abierta*, 1992, págs. 41,42).

En su introducción al análisis estructural de los relatos, Barthes dictamina que «el relato es una gran frase, así como toda frase constatativa es, en cierto modo, el

esbozo de un pequeño relato» (Barthes, 1977, pág. 8) argumentando con ello que la lingüística es un sistema confiable para organizar, categorizar y conferir un sentido a todos los elementos que entran en la composición de un relato. En 1972, Genette propone una homología entre relato y verbo al encontrar que: « La Odisea o *En busca del tiempo perdido* no hacen sino amplificar en cierto modo (en el sentido retórico) enunciados tales como *Ulises vuelve a Ítaca* o *Marcel se hace escritor*» (Genette, 1989, pág. 86), es decir, dichas obras serían expansiones de las formas mínimas del relato, y así podrían estudiarse de la misma forma que estudiamos la gramática del verbo, metodología que este autor delimita a tres aspectos fundamentales: tiempo, modo y voz. Presentando un precedente teórico, Genette y Barthes realizan una analogía entre el relato y el verbo para cimentar en la lingüística un futuro análisis estructural. De este modo, parten con practicidad del relato concebido como un verbo extendido, que da lugar a examinar sus categorías.

El crítico de cine y literatura Seymour Chatman (1978), fue pionero en la aplicación de la narratología literaria a las necesidades de las artes audiovisuales, gráficas y plásticas. Este autor comienza a plantear su modelo demostrando que todas las narrativas, independientemente del medio, evidencian tres fundamentos indefectibles de las estructuras: la unidad, la transformación y la autorregulación.

Chatman indica que las narrativas son una unidad en la medida que se componen de eventos y existentes que tienden a relacionarse de algún modo dentro de una secuencia. Si extrajéramos al azar alguno de estos elementos, este por sí mismo no podría revelarnos la narrativa. Los eventos y existentes son piezas únicas, discernibles unas de otras, que se organizan coherentemente para formar una narrativa. Asimismo, la autorregulación es una característica de la narrativa que le permite mantenerse dentro de sus propios parámetros o leyes; una transformación⁷¹ no generará eventos que violen esas leyes, ni que se creen posibilidades que no

⁷¹ Según García Landa (1998) podemos abstraer de las narrativas una estructura profunda, compuesta por una serie de eventos que se narran; *la acción*, y la representación de esta acción, *el relato*; y una estructura superficial que sería el *discurso narrativo* (un texto lingüístico por ejemplo). La transformación es entonces el proceso que permite pasar de una estructura superficial a una profunda y viceversa.

pertenezcan al sistema establecido, pues en ese caso estaríamos contemplando una narrativa mal construida.

El modelo planteado por Chatman parte de la teoría estructuralista, recogiendo la oposición formalista fábula/sujeto (una relación lógico-temporal de los acontecimientos), que arguye que cada narrativa consta de dos partes: una historia (la lógica de las acciones), más la sintaxis de lo que Chatman define como existentes (personajes, marco escénico), y un discurso (la forma como se comunica a los demás esa historia) Estas partes nos dan una descripción del qué y el cómo de la narrativa.

Esta distinción, entre historia y discurso (que no es más que teórica puesto que en la práctica ambos son inherentes) se ha reconocido desde la *Poética*, el análisis técnico - estilístico delineado por Aristóteles, para quien la imitación de las acciones en el mundo real (la *praxis*) constituía el argumento (*logos*) a partir del cual se seleccionaban y reorganizaban las unidades para formar la trama (*mythos*).

A partir de esta demarcación de dos niveles prácticos de análisis, Chatman se ocupa en delante de describir las dos partes que conforman la historia: los eventos (que giran en torno a la trama y la temporalidad) y los existentes (espacialidad y personajes principalmente), así como los elementos a tener en cuenta en el discurso (autoría, perspectiva, narración directa e indirecta, narrador y receptor explícito o implícito, comentarios, entre otros).

El modelo de análisis de Chatman, provee valiosos elementos aplicables a las series de televisión, sin embargo, es necesario considerar otros aspectos que convienen a un estudio más cercano de las facetas específicas de su narrativa. En el siguiente apartado, se reseñarán los factores que moldean este modo en concreto, y además, cómo la interacción entre las nuevas tecnologías, la industria y la audiencia ha desarrollado una televisión compleja.

2.2.1 Hacia la televisión compleja

De acuerdo con Mittell (2012 - 2013), los cambios creativos en la industria televisiva, las nuevas tecnologías, y el desarrollo de la cultura participativa, favorecieron el surgimiento de una nueva televisión, más compleja. Al revisar este contexto, podemos comprender mejor la estructura del modo narrativo que exhiben las series de televisión contemporáneas, modo que este autor denomina complejidad narrativa (*narrative complexity*).

Según este autor, por décadas, la industria de la televisión estadounidense manejó una política de cero riesgos, manteniendo fórmulas que resultaban rentables pero que no ofrecían variedad. Las series episódicas prevalecían sobre las serializadas pues estas últimas demandaban una continuidad que no se prestaba al lucrativo negocio de distribuir reposiciones de episodios en cualquier orden. Además, las investigaciones de mercados siempre señalaban que incluso la serie más exitosa no lograba un público consistente semana tras semana, por tanto se asumió que la mayor parte de la audiencia no se preocupaba por seguir una historia.

Ahora bien, se debe tener en cuenta que las formas inherentes de la televisión, restringen, más que las de ningún otro medio, el cómo se cuentan las historias. Para empezar, recordemos que las ficciones televisivas, tradicionalmente, forman parte de un continuo de contenidos de diversa índole, organizados en una programación diseñada estratégicamente para obtener altos índices de audiencia. En consecuencia, deben encajar en lapsos específicos afectando claramente el modo cómo se desenvuelven las tramas. Las series estadounidenses por ejemplo, tienen una duración de media hora, si son comedias de situación, y de una hora, si son dramas, con intervalos de comerciales de entre cinco y quince minutos. Podríamos decir que las series europeas son más flexibles en ese sentido, pues pueden durar noventa minutos e incluso variar el tiempo de cada episodio. Allrath, Gymnich & Surkamp (2005) afirman que tener presente estos tiempos en pantalla es fundamental para estructurar los segmentos de cada entrega. Previo a un corte comercial, la acción debe alcanzar un punto clímax para asegurar que el espectador mantenga el interés.

Al regreso, una pista musical o una locación familiar, le direcciona hacia un nuevo segmento o resolución parcial.

Igualmente, cada temporada debe constar de un número específico de episodios, y sus recesos y regresos pueden variar en el calendario. También hay tener en cuenta que las producciones lidian con cierto nivel de incertidumbre en asuntos relacionados con el elenco (un embarazo, enfermedad e incluso muerte de un actor/actriz) y deben ajustarse sobre la marcha a los juicios emitidos por los ejecutivos de la cadena, los patrocinadores y la audiencia, pues recordemos que continúan escribiéndose mientras están al aire. Esto último, nos lleva a otro tema crucial: el final, que dependiendo de las cifras de audiencia, puede diferirse indefinidamente. Mittell (2012 – 2013) afirma que por esta razón, se construye un universo de la ficción que logre sostenerse con los años, a través de un formato episódico con poca continuidad a largo plazo, como las comedias de situación o dramas policiales, en las cuales, tanto personajes como eventos pueden de alguna manera reciclarse, manteniendo así un modelo narrativo infinito.

La derogación del paradigma que asociaba a la televisión con ausencia de calidad comenzó a darse cuando varios guionistas cinematográficos se sintieron atraídos por este medio que les ofrecía más control sobre sus creaciones, así como la posibilidad de jugar con narrativas a largo plazo, algo imposible en la escritura para cine. Martin (2014) resalta la importante participación del ejecutivo de televisión Grant Tinker, fundador de la *MTM Enterprises* en este proceso:

...Tinker creía en la importancia de los guionistas, eso no había sido jamás la norma en Hollywood. Desde luego, no en el negocio cinematográfico, el cual había concedido desde hacía mucho tiempo poder y prestigio a los directores, mientras consideraba a los guionistas, en el mejor de los casos, un inconveniente desgraciadamente necesario. [...] Tinker creía que los guionistas felices no solo producían programas rentables, sino que, además, atraerían un flujo constante de *otros* buenos guionistas. [...] el estudio de Tinker señalaba el camino de lo que sería la HBO a finales de la década de 1990 y principios de la de 2000. [...] lugar donde todos los guionistas

querían estar [...] porque tenían la libertad necesaria para hacer un buen trabajo (Págs. 44, 46).

Motivados por el reconocimiento, los guionistas abrazaron la posibilidad de manipular las formalidades de la televisión a conveniencia, y de romper convencionalismos narrativos, contribuyendo así al cambio gradual que comenzó a notarse en la televisión. Ligado a ello, la industria comenzó a replantearse cómo deberían ser sus productos luego de que la oferta de canales se ampliara y los nichos de espectadores se segmentaran. Pronto comprendieron que una pequeña, pero comprometida, porción de audiencia también resultaba rentable. Al respecto, Martin (2014) señala que:

En 1980, cerca de una quinta parte de los hogares estadounidenses estaban enganchados a la televisión por cable, y una parte de ellos cada vez mayor pagaba aún más por el acceso a cadenas privadas como la recién nacida HBO. El cable no solo se apropió del tiempo y de la atención de los telespectadores de la cadena, sino que les enseñó a buscar diferentes tipos de programación en diferentes lugares de la parrilla [...] las cifras que habían determinado el éxito en un mundo con solo tres cadenas, se estaban reduciendo drásticamente [...] las cadenas se estaban volviendo cada vez más sofisticadas a la hora de medir la *calidad* de esos ojos en lugar de limitarse a contarlos (Martin, 2014, págs. 52, 53).

Las empresas de publicidad comenzaron a apuntar a un público que se preciaba de ver solo contenido selecto. Buscando satisfacer estos segmentos demográficos, las cadenas nuevas promovieron la creación de narrativas más complejas, las cuales a su vez afirmaron el prestigio de sus canales, y por ello, obtuvieron más suscriptores. De este modo, aunque un programa no generara altos índices de audiencia, traía igualmente beneficios económicos, incluso en el futuro. Por ejemplo, una rentabilidad que no se contempló en el momento pero que resultó redituable a largo plazo, fue la venta de las temporadas de estas series en DVD.

Cuando la industria de la televisión lanzó sus productos en dicho formato, conocía de antemano que muchos espectadores, los más entusiastas, contaban con sus propias

colecciones de las series, formadas a partir de grabaciones caseras en cintas de video⁷² o DVD quemados. Así que si ofrecían estos productos con un acabado profesional y contenido extra, estarían apostando a un mercado seguro. Mittell (2012 - 2013) considera que el cambio del modelo de emisión a publicación por entregas:

...ayuda a elevar el valor cultural de la televisión, separándola del flujo de la difusión controlada por la industria y comercialmente saturada, tanto, como rodear una serie con el marco paratextual que supone el empaquetado, el diseño y los videos extras, ayuda a expandir el texto⁷³ (Mittell, 2012 – 2013, pág 31).

La revolución que supuso el cambio a una narración continuada es discutida por Martin (2014), quien realiza una comparación entre las novelas victorianas por entregas con las series actuales:

Como en el caso de la nueva televisión, las mejores telenovelas por entregas – de Dickens, Trollope, o George Elliot – generaban suspense a lo largo de la obra en lugar de tratarse de simples episodios emocionantes. [...] Los creadores de esta nueva televisión descubrieron que las características inherentes a su medio – un amplio lienzo, entrelazar tramas, giros y retrospectivas en la historia de los personajes – resultaron ser especialmente adecuadas no solo para satisfacer las exigencias comerciales, sino también para hacer frente los grandes temas de un imperio decadente [...] En muchos sentidos, se trataba de televisión *sobre* lo que había provocado la televisión (Martin, 2014, págs.21, 22).

⁷² Mittell nos recuerda que las grabaciones en cintas de video al conservar señas particulares como el logo del canal y los comerciales constituyen una valiosa documentación de una época y un lugar determinados, es el archivo de la teledifusión en un sistema efímero (Mittell, *Complex TV. The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, 2012 - 2013, pág. 30). Esto nos lleva a reflexionar en la dinámica que evidenciamos en el presente, en la que la gente común, aprovechando las nuevas tecnologías, convierte estos archivos análogos a una versión digital para preservarlos, y luego compartirlos en las plataformas en línea, participando así de la corriente nostálgica que caracteriza la cultura popular contemporánea. Cabe mencionar también, que esta interacción entre audiencia y nuevas tecnologías, afecta a la industria en materia de derechos de autor.

⁷³ En el original: This helps raise the cultural value of television programming, detaching it from the industrial-controlled, commercially-saturated flow of broadcasting, as well as surrounding a series with the paratextual framing of packaging, design, and video-extras that comment upon and expand the text (Mittell, *Complex TV. The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, 2012 - 2013, pág. 31).

Poder compilar las series en objetos tangibles como los DVD, y coleccionarlas como se hace con los libros, las películas y la música, le otorga una validación estética a sus contenidos que no había sido posible con la teledifusión. Además, este estatus de objeto coleccionable legitima la continuidad de su narrativa y la guarda para la posteridad.

La narrativa serial ganó terreno y se perfeccionó para corresponder al modelo de publicación que adoptó la televisión con el formato DVD, superado pronto por los sitios de descarga y visionado en línea. En relación a este escenario Mittell expone que:

Si la mayoría de las narraciones televisivas durante sus primeras décadas fueron diseñadas para ser vistas en cualquier orden por un espectador presumiblemente distraído y no discriminatorio -una estrategia que muchos programas y espectadores desafiaron, pero que sin duda fue animada por la industria- las narrativas complejas de hoy están diseñadas para un espectador que discierne, y que no sólo presta mucha atención en el momento de la emisión, sino que también repite el visionado para notar la profundidad de las referencias, maravillarse con el arte y la continuidad, y apreciar los detalles que requieren del libre uso de la pausa y el rebobinado⁷⁴ (Mittell, 2012 – 2013, pág.32).

La conjunción entre tecnología y audiencia es la variable más significativa en la evolución del consumo televisivo. Desde el momento en que las personas pudieron grabar sus series favoritas, y así verlas sin interrupciones las veces que quisieran, se abrieron más posibilidades narrativas para los creadores. Recordemos que, previamente a la normalización de las tecnologías digitales, el auge de las videograbadoras fue crucial en la práctica de la relectura, un reencuentro de los fans con sus series de televisión predilectas que, invitaba a una examinación profunda de sus elementos narrativos.

⁷⁴ En el original: If most television storytelling for its first few decades was designed to be viewed in any order by a presumably distracted and indiscriminating viewer—a strategy that many programs and viewers challenged, but was certainly encouraged by the industry—today’s complex narratives are designed for a discerning viewer not only to pay close attention to once, but to rewatch for noticing the depth of references, marvel at displays of craft and continuities, and appreciate details that require the liberal use of pause and rewind (Mittell, *Complex TV. The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, 2012 - 2013, pág. 32).

Este importante cambio en la dinámica de consumo televisivo demandó repensar las narrativas serializadas, resaltando la unidad y la consistencia como un valor altamente apreciado por el televidente. En este punto entra en juego el último factor confluyente en el auge de la televisión compleja: la cultura participativa. La otra cara de la dosificación del consumo televisivo a conveniencia del telespectador, es un visionado en solitario, aislado de toda una red de discusión alrededor del texto si se efectúa a destiempo.

La televisión compleja reconoce la importancia de la interacción entre los espectadores, la cual depende de que consuman la serie en conjunto. Las pausas inherentes al medio televisivo, que mencionábamos previamente, cobran un sentido lúdico. Se construye entonces un proceso colaborativo de lectura y decodificación que refuerza el compromiso del televidente. En los recesos entre temporadas, tanto escritores como audiencia pueden imaginar distintas posibilidades por las cuales podría decantarse la trama en curso.

Cabe anotar que el modo narrativo complejo no se desmantela, incluso si los episodios se consumen suprimiendo los tiempos programados de la teledifusión, ya sea a través de sets de DVD o sitios de descarga. La complejidad no depende del consumo dosificado, pero sí se enriquece por la experiencia colectiva (que suele ser efímera). El *binge viewing*, o la maratón de visionado, es una práctica anticipada por los creadores de series construidas a partir del suspense. Los famosos *cliffhangers* que invitan a ver un episodio tras otro, son parte de la estrategia serial que ostentan muchas narrativas complejas. La plataforma Netflix cuenta con este recurso cuando lanza en simultáneo todos los capítulos de sus series originales. Al respecto, Ted Sarandos, Jefe de contenido de esta compañía expresa: «Debido a nuestra mentalidad de “verlos todos de una sola sentada” somos capaces de crear un mundo denso y complicado» (Douglas, 2015, pág. 99). En este caso, apuesta por la discusión en línea entre los espectadores acerca del universo de la ficción, dejando en la ambigüedad si seguirá desarrollándolo en temporadas subsecuentes. Martin (2014) relata de forma particular la experiencia de este nuevo consumo televisivo:

Ahora podías ver las series enteras en dos o tres maratónicas sesiones orgásticas de visionado compulsivo de las que intentabas salir solo para que los títulos de crédito pusieran en práctica su magia pavloviana y te metieran de lleno en la pantalla otra hora más. O, aquellos que se resistían al método de los atracones y los veían en tiempo real, experimentaban lo contrario: la inusual sensación de suspense y placer aplazado en un mundo de gratificación instantánea (Martin, 2014, pág. 31).

Hasta el momento queda claro que la televisión actual es el resultado de la evolución de varios factores aunados, pero falta precisar la mecánica con la que opera su modelo narrativo. En el siguiente apartado se explicaran los elementos que componen su estructura, en el contexto de la complejidad narrativa.

Contexto del surgimiento de la televisión compleja

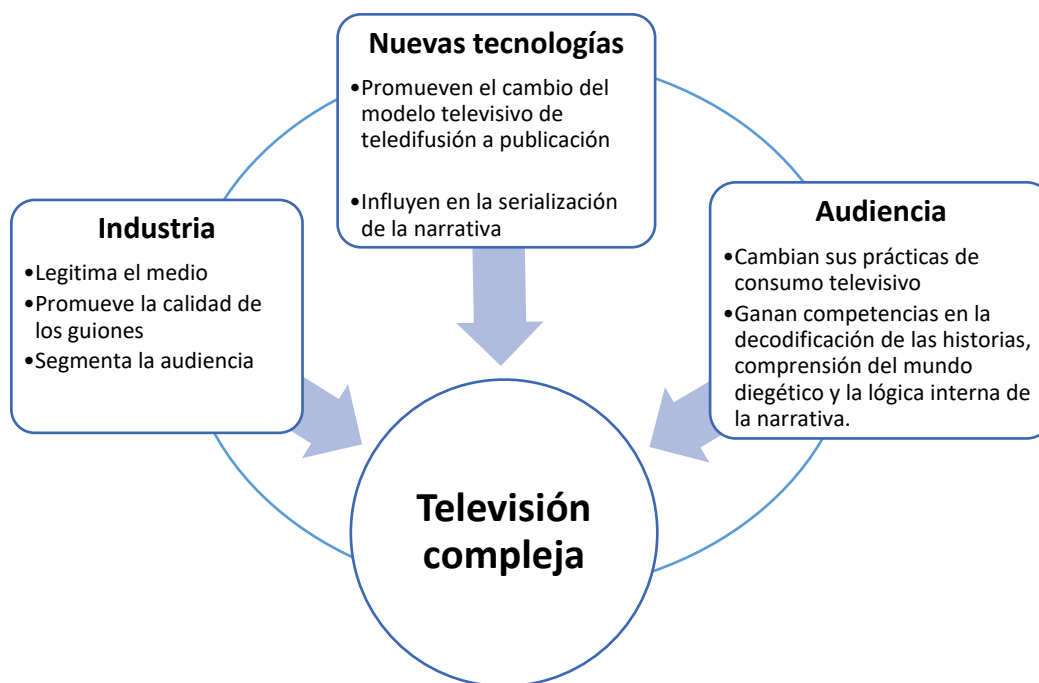


Figura 19. Contexto del surgimiento de la televisión compleja. Elaboración propia.

2.3 Arquitectura de la narrativa compleja

En términos generales, una narrativa compleja es una narrativa consciente, en el sentido en que mantiene una lógica interna. La complejidad narrativa le exige al espectador prestar atención detallada a los mecanismos con los que mantiene esta lógica. El recurso con el que logra este compromiso es la continuidad, en al menos uno de sus elementos narrativos: los eventos, los personajes o el tiempo.

Mittell (2012 – 2013) incluye dentro de estos elementos el universo narrativo equiparándolo en ocasiones a la espacialidad; pero otras veces, se refiere a él como algo más que el espacio físico donde interactúan los otros elementos, acercándolo al concepto de mitología. Dena (2009) coincide con esta segunda acepción, considerando que el universo narrativo incluso puede contener varias narrativas.

Pensemos en la serie *Black Mirror* (Channel 4, 2011. Netflix, 2016 -) a menudo descrita como *The Twilight Zone* actualizada para esta era tecnológica⁷⁵. Su formato es altamente episódico, no serializa eventos, ni personajes, ni tiempo, pero mantiene una continuidad siempre que nos adentra en un mundo (paralelo al nuestro o en un futuro no muy lejano) donde la ciencia y las tecnologías de la información y la comunicación conducen a la sociedad a estadios oscuros. Ese el universo de esa ficción. Su complejidad reside sobre todo, en la exploración de las posibilidades de ese universo. La audiencia acepta las reglas del universo narrativo en aras de comprender la diégesis de cada episodio.

Mittell considera la complejidad narrativa un formato alterno «que redefine las formas episódicas bajo la influencia de una narración serial» (Mittell, 2012 – 2013, pág. 5). Este formato no se apega a los formalismos de las series, ni de los seriales, sino que se adapta a las necesidades específicas de la ficción, de su género y el tono que quiere transmitir. Este autor reseña algunas producciones de los noventa, como *The X files* (FOX, 1993 - 2002), *Buffy the Vampire Slayer* (WB, 1997 - 2003) o *The*

⁷⁵ Véase Rob Sheffield (2016) *How 'Black Mirror' Became the Technology Era's 'Twilight Zone'*. Recuperado de <http://www.rollingstone.com/tv/news/rob-sheffield-how-black-mirror-became-our-twilight-zone-w446961>. Consulta realizada el 19 de enero de 2017.

Sopranos (HBO, 1999 - 2007), que ejemplifican una incipiente complejidad narrativa: tramas episódicas que paralelamente dan continuidad a los personajes y van desarrollando así el universo ficticio. Asimismo, algunas *sitcoms* de los dos mil en adelante (*Arrested Development*, *Community*, *How I Met Your Mother*) logran ser expertas en el metahumor, debido a que construyen arcos narrativos referenciando eventos pasados que se convierten en bromas internas entre los personajes y la audiencia, una estrategia narrativa que es posible gracias a la continuidad. Respecto a esta innovación en los contenidos ficcionales para televisión, Creeber (2004) señala que:

Con su combinación de la estructura de un relato continuo dentro de un arco narrativo claramente definido, [el híbrido serie-serial] permite a la televisión explotar su tendencia hacia la 'intimidad' y la 'continuidad' incluso sin prescindir del poder y las posibilidades ofrecidas por su movimiento gradual y su progresión hacia el cierre narrativo y la conclusión (Creeber, 2004, pág. 9).

Aunque ciertamente hay otros modelos narrativos disponibles en la televisión actual, como las franquicias de *CSI* o *Law & Order*, que apuestan a episodios independientes que pueden reorganizarse y distribuirse fácilmente, las series más complejas exploran los eventos, el tiempo, los personajes y el universo narrativo manteniendo un balance entre episodios autocontenidos y una serialidad en curso. Martin (2014) considera que en esta nueva arquitectura narrativa, cada episodio es una creación completa y a la vez una pieza de una obra más compleja que se construye temporada tras temporada. Esta estructura permite desarrollar más a fondo los personajes. Sin duda, la reinención de los géneros ficcionales existentes y una estética cinematográfica, son cualidades destacables de la televisión contemporánea, pero es «la noción de serialidad y complejidad narrativa los principales ingredientes para el éxito de los

géneros ficcionales, tanto para la producción que crea arcos narrativos convincentes, como para los telespectadores devotos a esas historias» (Bourdaa, 2011, pág. 34)⁷⁶.

La narrativa compleja invita a la audiencia a participar activamente en la deconstrucción de los mecanismos que utiliza. Cada vez más, los televidentes están al tanto de ciertos convencionalismos de las tramas, y del desgaste de otras técnicas narrativas. Los guionistas son conscientes de que muchas veces caen en el uso de estos artilugios y es por ello que procuran explorar creativamente los elementos narrativos que se describen a continuación.

2.3.1 Eventos

La serialidad se percibe principalmente en la acumulación de eventos narrativos. La narrativa compleja juega con qué eventos continuarán y cuáles no para construir la trama. La acumulación de eventos se evidencia en la memoria de los personajes, y en los cambios físicos de su entorno, es decir, afecta la espacialidad. Asimismo, la continuidad en el universo narrativo será coherente dependiendo de cómo se organicen los eventos en el tiempo.

En su libro de 1962, *Obra abierta*, Eco describe a la trama como una sucesión de eventos elegidos (por el autor de la obra) que marcan un camino a expensas de cerrar otro, y que este ordenamiento superfluo «sirve para manifestar una dirección más profunda del hecho trágico (y narrativo): la acción» (Eco, 1992, pág. 239), la cual, entonces, favorece múltiples espacios de interpretación: «la trama de Hamlet puede narrarla incluso un escolar y dejará a todo el mundo de acuerdo; la acción de Hamlet ha hecho verter y hará verter ríos de tinta porque es *una*, pero no *unívoca*» (Eco, 1992, pág. 239). En esta reflexión Eco se decanta por la trama como un instrumento

⁷⁶ En el original: It is interesting to note that the notion of seriality and complex narratives are the main ingredients of successful fictional genres, for the production which creates compelling story arcs and for TV viewers who engage in those stories (Bourdaa, 2011. Pág.34).

diegético y ve en la acción una abstracción del mundo real, una historia que puede interpretarse y más aún expresarse, de diversos modos.

Chatman ofrece una definición de trama que ayuda a discernir su función en la narrativa y como instrumento del autor:

La trama, el discurso de la historia, existe en un modo general sobre cualquier objetivación particular, cualquier película, novela o lo que sea. Su orden de presentación debe ser igual a la lógica natural de la historia. Su función es hacer énfasis o no en ciertos eventos de la historia, de interpretar algunos y dejar otros a la inferencia, de mostrar o contar, de comentar o mantener en silencio, enfocarse en un aspecto u otro de un evento o personaje. El autor "puede organizar los incidentes" en una historia de muchas grandiosas maneras. Puede tratar algunos en detalle y otros apenas mencionarlos, u omitirlos, como Sófocles omite todo lo que le sucede a Edipo antes de la plaga en Tebas. Puede observar la secuencia cronológica, distorsionarla, puede usar mensajeros o retrospectivas, etc. Cada ordenamiento produce una trama diferente, y muchas grandes tramas pueden hacerse de la misma historia⁷⁷ (Chatman, 1978. Pág. 43).

Al organizar una trama, se hace evidente que algunos eventos de la historia tendrán un mayor peso que otros, y en razón a ello se pueden organizar en una jerarquía. En 1966 Barthes reflexiona si todo en un relato es funcional, incluso los eventos que parecen insignificantes, y es por ello que decide diseccionarlo en unidades (y subunidades), encontrando que cada una significa algo en distinto grado, formando una estructura. En su análisis deductivo, Barthes determina tres niveles de la narrativa. En el nivel de las funciones, este autor encuentra que:

⁷⁷ En el original: plot, story'-as-discoursed, exists at a more general level than any particular objectification, any given movie, novel or whatever. Its order of presentation need not be the same as that of the natural logic of the story. Its function is to emphasize or de-emphasize certain story-events, to interpret some and to leave others to inference, to show or to tell, to comment or to remain silent, to focus on this or that aspect of an event or character. The author "can arrange the incidents in a story in a great many ways. He can treat some in detail and barely mention or even omit others, as Sophocles omits everything that happened to Oedipus before the plague in Thebes. He can observe chronological sequence, he can distort it, he can use messengers or flashbacks, and so forth. Each arrangement produces a different plot, and a great many plots can be made from the same story (Chatman, 1978, pág. 43).

... las unidades no tienen todas la misma «importancia»; algunas constituyen verdaderos «nudos» del relato (o de un fragmento del relato); otras no hacen más que «llenar» el espacio narrativo que separa las funciones-«nudo»: llamemos a las primeras funciones cardinales (o núcleos) y a las segundas, teniendo en cuenta su naturaleza complementadora, catálisis. Para que una función sea cardinal, basta que la acción a la que se refiere abra (o mantenga o cierre) una alternativa consecuente para la continuación de la historia (...) En cambio, entre dos funciones cardinales, siempre es posible disponer notaciones subsidiarias que se aglomeran alrededor de un núcleo o del otro sin modificar su naturaleza alternativa (Barthes, 1977 págs. 19, 20).

Las funciones cardinales son las acciones que permiten que la trama avance, no pueden ser eliminadas pues son los nodos de los que se desprenden las diversas ramificaciones por las cuales esta puede decantarse. Dependiendo de la opción que se escoja, la trama puede ser una u otra. El siguiente cómic de Christopher Keelty (figura X), ejemplifica la función de una función cardinal o núcleo:

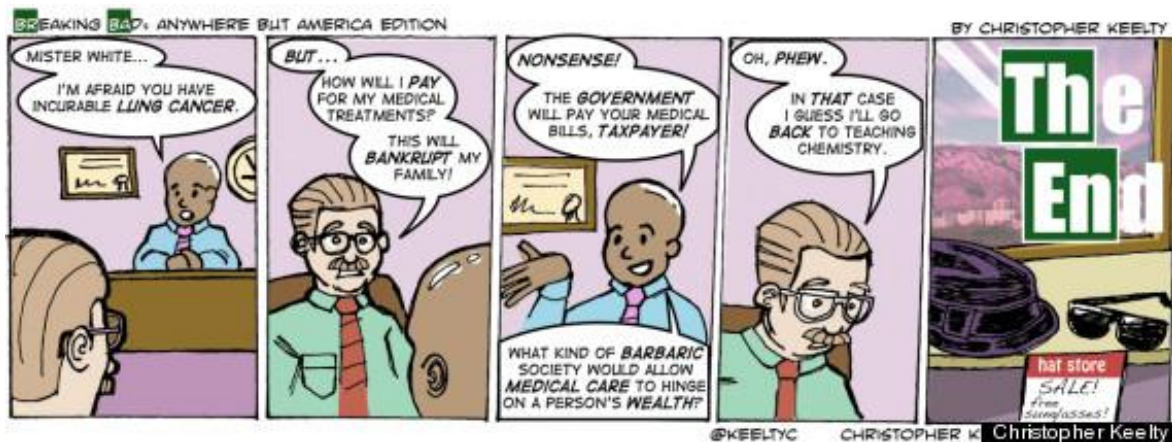


Figura 20. Cómic inspirado en la serie *Breaking bad*, creado por Christopher Keelty.

En su visión sobre la serie, Keelty⁷⁸ considera que si el sistema de salud de Estados Unidos se hubiera encargado de todos los gastos médicos del protagonista, este no

⁷⁸ En una declaración para The Huffington Post Canada, Christopher Keelty explica cuáles fueron los motivos que lo llevaron a crear esta tira cómica: "From the first episode, I was struck by the way the show (rather brilliantly) juxtaposes two of America's most catastrophic policy failures: The for-profit health care industry and the failed War

se habría visto en la necesidad de involucrarse en la producción y el tráfico de metanfetamina. La idea de que este simple hecho suprimiera completamente la premisa de esta historia, llamó la atención de muchos espectadores de la serie, tanto así, que inspiró a otros a crear sus propios memes al respecto, los cuales se divulgaron a través de las redes sociales.

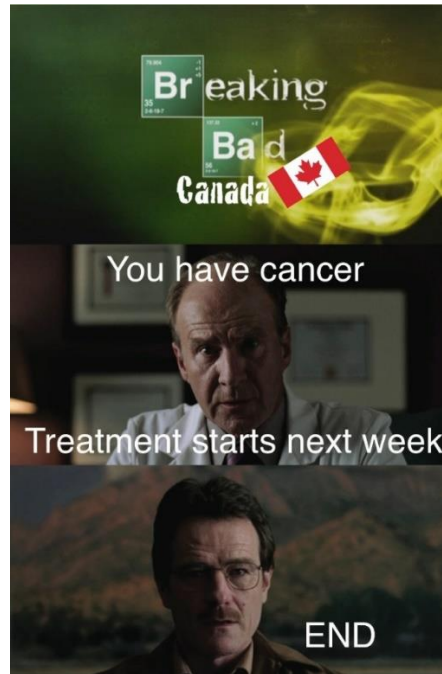


Imagen 21. Meme sobre el cómic de Keelty. Fuente: <http://knowyourmeme.com/photos/591523-breaking-bad>

Esta crítica compartida por los fans, nos ilustra una función cardinal, tan importante que sin ella, según este seguidor de la serie, no hay lugar a la historia que cautivó a millones de espectadores. Sin embargo, siendo justos, si bien la serie evidencia cómo el tratamiento de una enfermedad como el cáncer puede llevar a la bancarrota a una familia promedio en Estados Unidos, también deja claro cómo esta es una excusa que usa el protagonista para justificar sus acciones, ya que, como sabrán los espectadores de esta serie, bien hubiese podido aceptar que sus exsocios en la compañía *Gray Matter* corrieran con los gastos médicos. La razón por la que no lo hace, y la verdadera

on Drugs, which has created a black market that makes the manufacture and sale of illegal drugs incredibly profitable (...) I got to thinking how uniquely American the show is, and that led to the comic strip."
Enlace:http://www.huffingtonpost.ca/2013/09/24/breaking-bad-canadacomichealth_n_3984793.html

causa por la que Walter White decide convertirse en Heisenberg es su ego, siendo una persona con una inteligencia excepcional que está cansado de ser subestimado por la sociedad.

Breaking Bad no es la historia de un profesor de química que por necesidad se ve envuelto en el negocio del narcotráfico. Es el hastío de un genio infravalorado, al que la vida le paga con un cáncer el haber jugado según las reglas, y por ello decide romperlas. Una función cardinal que sí hubiese cambiado la historia, habría sido que el protagonista no hubiese vendido su participación en la compañía *Gray Matter*, de este modo habría obtenido todo el reconocimiento que siempre quiso.

Lo importante de este ejemplo es que nos permite reflexionar sobre qué eventos no pueden suprimirse sin incurrir en transformaciones sustanciales de la historia que se quiere contar. La premisa de que se sufre de un cáncer terminal en un país que no cubre las necesidades médicas de sus ciudadanos, sin duda es una idea excelente del creador de la serie Vince Gilligan, que buscaba un motivo poderoso con el cual los espectadores pudieran identificarse, para que el protagonista cumpliera el destino demandado por la historia⁷⁹.

La trama confiere un sentido de resolución que no concede la realidad que imita. Como lo afirma Chatman (1978): «una narrativa sin trama es lógicamente imposible» (Chatman, 1978, pág.48). La trama es la que ofrece la sensación de que las acciones tienen un propósito, de que los problemas que plantea tendrán solución de una manera u otra (aunque es cierto que también encontramos tramas que han dejado atrás este aliciente básico de un cierre, por una descripción del estado de la cuestión). Esta búsqueda de una verdad interna al texto, se corresponde con el código

⁷⁹ En su relato acerca de la concepción de la serie *Breaking Bad*, Brett Martin (2014) expone: el proyecto subyacente que Gilligan tenía en mente era un tanto más profundo; una extensión radical de la tendencia del antihéroe, que para entonces ya se había convertido en la marca distintiva de la televisión de la década. La idea era transformar convincentemente a un pusilánime en un monstruo o, como solía decir Gilligan, “a Mr. Chips en Scarface”. A medida que avanzaba la serie, fue retirando una a una las justificaciones del comportamiento delictivo de Walt, empezando por el cáncer, que rápidamente había empezado a remitir (Martin, 2014, pág. 357).

hermenéutico de Barthes, que promueve la formulación de preguntas que conlleven a revelar el enigma:

La función del relato no es la de «representarse», sino el montar un espectáculo que nos sea aún muy enigmático, pero que no podría ser de orden mimético; la «realidad» de una secuencia no está en la sucesión «natural» de las acciones que la componen, sino en la lógica que en ellas se expone (Barthes, 1977, pág. 54).

La teoría estructuralista reconoce nuestra tendencia a conectar eventos aparentemente no relacionados, esperando que su conexión nos sea revelada más adelante. En relación a ello, Mittell (2012 - 2013) nos recuerda el axioma narrativo de la pistola de Chekov (si en uno de los actos se porta un arma, esta debe dispararse al final de la obra) y adopta el concepto de núcleos y satélites propuesto por Chatman (1978) para enfatizar un aspecto de la narrativa compleja: introducir un gran evento en la trama como uno menor. En este orden de ideas Mittell considera que: «uno de los placeres de consumir una narrativa serializada, es tratar de descubrir si un evento puede llegar a ser un núcleo o un satélite, en el arco narrativo general de la serie» (Mittell, 2012 - 2013, pág. 12).

Asimismo, este autor encuentra en la narrativa de televisión contemporánea dos clases de eventos: afirmaciones y enigmas. Los núcleos (que, como se mencionó anteriormente, son eventos mayores que direccionan la trama) siempre conllevan a preguntas sobre el futuro y en ocasiones dan lugar a preguntas sobre el pasado y/o presente. Por ejemplo, podemos preguntarnos qué sucederá después de que el personaje de Frank Underwood en *House of Cards* (Netflix, 2013 -) haya logrado alzarse con el poder, pero no tenemos dudas de cómo lo logra, pues este evento es una afirmación. En cambio, los eventos presentados en *Sherlock* (BBC One, 2010 – 2017) son enigmas, porque de entrada nos plantan la incertidumbre sobre qué ha sucedido previamente; qué está ocurriendo verdaderamente en el instante que estamos presenciando, y, por supuesto, qué sucederá después. Las afirmaciones y los enigmas van resolviéndose en el mismo episodio, en unos cuantos episodios más, o a lo largo de la temporada.

Los enigmas pueden parecer más atractivos pero no siempre se ejecutan bien. Mittell menciona varios ejemplos de series televisivas que fracasaron en el intento⁸⁰ pues apostaban todo al misterio, y asimismo afirma que la mayoría de las tramas seriales se enfocan en las consecuencias de las afirmaciones más que en enigmas del pasado narrativo:

El modelo más común de serialización de eventos que se encuentra en la televisión, es la acumulación progresiva de afirmaciones narrativas que crean los desencadenantes de eventos futuros que se anticipan en episodios posteriores, ya sea en programas complejos contemporáneos [...] o en *Soap Operas* tradicionales, diurnas o de horario estelar (Mittell, 2012 - 2013, pág. 14)⁸¹.

Los enigmas y las afirmaciones narrativas ofrecen la posibilidad a la audiencia de sorprenderse y generar hipótesis. Su disposición en la trama se encuentra ligada a cómo se han decidido disponer los eventos del presente, pasado o futuro de la historia para que tengan el sentido más apropiado dentro del universo narrativo.

2.3.2 Temporalidad

En la narratología literaria, se tienen en cuenta el tiempo de la historia y el tiempo del discurso. El primero sería el tiempo “real” en el que sucedieron los eventos (hechos o ficciones) y el segundo, el tiempo en el que el autor ha decidido narrar esos eventos. Ahora, entre el tiempo del discurso y la historia se crean anacronías, desfases orientados hacia el pasado (analepsis) o hacia el futuro (prolepsis), que a su vez se pueden catalogar dependiendo de su alcance (Genette, Figuras III, 1989). En las narrativas complejas para televisión encontramos diversas manipulaciones del tiempo discursivo, que además de despertar el interés en los espectadores, apelan a su vena deductiva. Los *flashbacks* (analepsis) se utilizan a menudo para enfatizar ciertos

⁸⁰ Véase *Complex TV. The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, parágrafo 14, en media common press, <http://mcpres.media-commons.org/complextv/complexity/>.

⁸¹ En el original: The most common model of event serialization found on television is the forward-moving accumulation of narrative statements that create causal triggers for future events anticipated to come in subsequent episodes—whether on contemporary complex programs [...] or traditional daytime or primetime soap operas (Mittell, *Complex TV. The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, 2012 - 2013, pág. 14).

eventos, explicarlos, o para narrarlos desde diferentes puntos de vista. Es usual por ejemplo, que las tramas de misterio revelen cerca del final, un evento causal o esclarecedor, acontecido al inicio de la historia.

La comedia de situación *How I Met Your Mother* (CBS, 2005 - 2014) se destaca por su discurso narrativo, pues el protagonista desde el futuro, cuenta a sus hijos, a través de *flashbacks*, sus años de juventud emplazados en nuestro presente real. Cabe anotar que dentro de esta continuidad, cada episodio a su vez juega con el orden cronológico en que sucedieron los eventos con la perfecta excusa de que son recuerdos. Otro ejemplo diciente del manejo de la temporalidad lo encontramos en la serie *Lost* (ABC 2004 – 2010), pues cada episodio solía construirse alrededor de flashbacks de los personajes. El público, acostumbrado a esta mecánica por más de tres temporadas, se sorprendió al comprobar que los eventos que creían pasados resultaron ser futuros en la cuarta temporada. Hacía el final de la serie, los guionistas cambiaron nuevamente las reglas de juego, revelando que los eventos relatados recientemente no ni eran flashbacks ni flashforwards (prolepsis) de la línea temporal habitual, sino eventos de una realidad alterna.

Ahora bien, en la televisión, el tiempo narrativo, que en el análisis literario es el tiempo que cada lector se tarda en consumir la obra, se restringe a los horarios de la programación, y esto, como mencionábamos previamente, afecta el discurso. Por esta razón, Mittell (2012 – 2013) prefiere el término *screen time* (tiempo en pantalla) pues se adapta mejor a la experiencia de consumir una narrativa en televisión.

Incluso cuando una serie altamente serializada extiende sus tramas y arcos a través de toda la temporada, los productores siempre conciben cada episodio como una unidad narrativa discreta, siguiendo los términos establecidos por el tiempo en pantalla. Una narrativa efectiva usa el tiempo en pantalla de cada episodio para estimular una respuesta en la audiencia⁸² (Mittell, 2012 – 2013, pág. 17).

⁸² En el original: Even when a highly serialized show strings its plots and arcs across a full season, the producers always conceive each episode as a discrete narrative unit following the established terms of screen time. Effective

De este modo, cada episodio fluye a un determinado ritmo. Las tramas, por ejemplo son divididas en un número determinado de bloques (según los cortes comerciales) que terminan en *cliffhangers*. También, se puede jugar con el orden de los mismos para que cada bloque final encaje con el bloque inicial del episodio siguiente en favor de la serialidad del arco principal, al tiempo que se conceden resoluciones a tramas más pequeñas. Lo destacable de las series complejas es que aprovechan estas formalidades del medio en favor de su diégesis, y experimentan con ellas para proponer discursos narrativos novedosos.

Según Mittell (2012 – 2013) el *screen time* es además responsable de que existan pequeñas narrativas insertadas dentro de cada entrega de las ficciones televisivas, como el resumen introductorio previo los créditos, conocido como *teaser* (que en algunas series estadounidenses suele comenzar con la frase en *off previously on*) el cual cumple la función de contextualizar al espectador sobre la trama. También encontramos los créditos de apertura, que tradicionalmente, dan información sobre el elenco y la producción a través de *clips* cortos de imágenes, acompañados de un tema musical distintivo, y los créditos finales que en ocasiones se acompañan de *previews* de eventos futuros. Estas narrativas funcionan a su vez como paratextos *in medias res*, que refuerzan nuestra comprensión el género, el tono y el estilo de la serie (Gray, 2010), y así mismo marcan los límites en la estructura de la narrativa para televisión, su ritmo debe estar perfectamente sincronizado para no perder la atención del espectador.

Sin embargo en el escenario mediático actual, también debemos tener en cuenta el consumo televisivo en plataformas, como Netflix o Hulu,⁸³ que replantean el tiempo en pantalla. Recordemos que la primera, acostumbra a subir todos los episodios de una temporada al mismo tiempo, y esto cambia el proceso creativo de la escritura, al no tener que preocuparse por cumplir estándares de la teledifusión, incluyendo la

storytelling uses episodic screen time to prompt viewer responses (Mittell, Complex TV. The Poetics of Contemporary Television Storytelling, 2012 - 2013, pág. 17).

⁸³ Hulu es el segundo servicio de suscripción de video por demanda después de Netflix, fundado por las compañías Fox, ABC y NBC.

duración de los episodios y el número de los mismos por temporada. Las recapitulaciones no tienen cabida si pensamos que el espectador estará lo suficientemente enganchado para ver un episodio tras otro hasta que situaciones completamente externas interrumpen el consumo (Douglas, 2015). El crecimiento de la televisión por demanda, derivado del incremento de la velocidad del internet, está transformando los contenidos televisivos a películas de trece horas, y no debemos olvidar que fueron precisamente las restricciones del tiempo en pantalla y otras limitaciones del medio las que impulsaron la inventiva que disfrutamos en las series actuales.

2.3.3 Personajes

Según Barthes (1966) en la *Poética* aristotélica se consideraba a los personajes solo en función de la acción que ejercen en el relato; pero más adelante se les concedió identidades estereotipadas, propias del teatro burgués. El análisis estructural, en un principio, se cuidaba de no adjudicarles una profundidad psicológica, se limitaba a describirlos como participantes de una serie de secuencias de eventos. Finalmente, A.J. Greimas propuso catalogarlos como *actantes* que se pueden organizar en pares alrededor de tres grandes ejes semánticos (la comunicación, el deseo y la prueba) así: Sujeto/Objeto, Donante/Destinatario, Ayudante/Opositor. De este modo, diferentes actores podían cubrir una misma función.

El análisis de la televisión compleja, además de incluir a los personajes como un elemento narrativo específico, debe tener en cuenta cómo afecta la serialidad a su construcción, las dinámicas de la industria televisiva y el compromiso de la audiencia con estas figuras. La calificación del trabajo actoral, el estatus o fama del intérprete, e incluso, que algunos participen creativamente en el desarrollo de las series como productores ejecutivos, conceden una dimensión distinta a los personajes de ficciones televisivas.

Para ejemplificar cómo interviene la relación actor/personaje en la construcción de la narrativa para televisión, Mittell (2012 – 2013) comenta el caso de la mítica serie

Doctor Who: cuando el actor original que interpretaba al *Doctor* decidió dejar la serie en 1966, a los escritores se les ocurrió un recurso narrativo para continuar la serie sin él, que encaja con la lógica de la historia, y es que cada vez que enfrenta a la muerte, el cuerpo del *Doctor* se regenera en otro. Con esta perfecta excusa, once diferentes actores han interpretado el personaje hasta la fecha. Este particular proceso ha permitido que el personaje adquiera diferentes matices a partir del estilo de cada actor y recoja toda una variedad de impresiones de distintas generaciones de espectadores.

El caso de *Doctor Who* sin embargo es una excepción, lo habitual es que las producciones eviten al máximo tener que lidiar con las desapariciones de actores por los motivos que fueren, y es por ello que moldean las narrativas en torno a ellos o integran a la trama en curso, del modo menos disruptivo, su salida de la serie. Cuando los actores tienen el estatus de celebridad, los espectadores suelen estar al tanto de los motivos personales que les impiden continuar con sus roles en pantalla. La vida real, según la reflexión de Mittell, se convierte entonces en un marco paratextual que brinda anticipos e interpretaciones a la audiencia:

...los espectadores se aproximan a un personaje con una cantidad de contexto sobre las estrellas, de referencias dentro y fuera de la pantalla que ayudan a moldear las prácticas narrativas, resaltando la centralidad de los actores en la constitución de personajes dentro de la televisión serial⁸⁴ (Mittell, 2012 – 2013, pág. 9 *Characters*).

Black (2004) afirma que el fuerte vínculo que se crea entre personajes y actores en la televisión, es un factor determinante en el éxito o fracaso de *remakes* o franquicias, puesto que la audiencia los toma como modelos para juzgar nuevas interpretaciones o, es tal el apego, que se rehúsan a aceptar otras personificaciones. Este autor emplea el término *charactor* (de la conjunción de las palabras *character* y *actor*) para describir este fenómeno, en el que un personaje es particularmente resistente a ser abstraído de un actor determinado.

⁸⁴ En el original: viewers approach a character with a wealth of star-connected contexts from both on- and offscreen references that help shape storytelling practices, highlighting the centrality of actors in constituting characters within serial television (Mittell, *Complex TV. The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, 2012 - 2013, pág. 9)

Los roles en el teatro tradicional no se adhieren a actores en particular; ni siquiera el gran Hamlet puede ser el único Hamlet. Las series de televisión, por otra parte, crean quizá una poderosa y única identificación del actor con su papel [...] Una mala recreación de un querido personaje o la imposibilidad percibida de la recreación [...] puede conllevar a una respuesta negativa de un film. En lo que se refiere a personajes, no hay en definitiva ninguna propiedad textual “esencial”: dadas las circunstancias correctas (con el perdón de los fans de *Star Trek*), puede ser perfectamente posible reemplazar al Capitán Kirk [...] la palabra “personaje” difícilmente transmite el peso cultural y la posición de una interpretación sostenida en la televisión ⁸⁵(Black, 2004, págs. 105, 106).

Ahora bien, en el ejercicio cognitivo semiautomático que realizan los espectadores para comprender la narrativa, también interviene un proceso específicamente relacionado con los personajes denominado reconocimiento (Mittell, *Complex TV. The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, 2012 - 2013). En la televisión serial este reconocimiento significa poder diferenciar los niveles del elenco. La distinción entre personajes principales, secundarios, recurrentes y extras, permite a los espectadores anticipar cuáles conducirán las tramas y a asumir quienes se encuentran a salvo de desaparecer de la serie. En contrapartida, muchas series complejas ‘asesinan’ personajes importantes para crear giros dramáticos e inesperados.

Mittell manifiesta que la razón por la que las series de televisión mantienen un reparto coral es que conviene a aspectos financieros y de mercadeo: «En la industria, hay incentivos por asociar un programa con un número de actores que pueden ser usados para promover la serie, servir de imagen pública, y estar contractualmente

⁸⁵ En el original: Traditional theater roles do not adhere to particular actors; not even a great Hamlet can ever be the only Hamlet. Television shows, on the other hand, create a perhaps uniquely powerful identification of actor with role. [...] A poor re-creation of a beloved television character or the perceived impossibility of re-creation [...] might result in a negative response to a film [...] when it comes to a character there are ultimately no “essential” textual properties: given the right circumstances (and pace *Star Trek* fans), it would be perfectly possible to recast Captain Kirk [...] the word “character” hardly conveys the cultural weight and position of a sustained television performance (Black, 2004, págs.. 105, 106).

comprometidos a aparecer por años con un salario fijo⁸⁶» (Mittell, 2012 – 2013, pág.15 *characters*). Las comedias de situación se caracterizan por la dinámica de su reparto coral, pensemos en series como *Friends* o *How I Met Your Mother* y lo difícil que hubiese sido reemplazar a uno de sus actores. En cuanto a los dramas serializados, estos deben contar con personajes bien contruidos que no solo atraigan a los espectadores sino que sostengan y conduzcan la trama compleja.

Las habilidades escénicas del intérprete sin duda son importantes y contribuyen en gran medida en lograr un impacto favorable en la audiencia, pero no son tan determinantes a la hora de crear un vínculo emocional con el espectador. En el capítulo anterior mencionamos que procesos como la interacción parasocial y la identificación son claves para construir ese compromiso.

La continuidad de las tramas permite que se desarrollen relaciones parasociales a largo plazo, y esto puede alentar a los espectadores más dedicados a crear sus propias historias inspiradas en una serie dada. Como se discutió previamente, a través del *fanfiction*, los fans pueden insertarse a sí mismos como personajes dentro de la trama, asumir la personalidad de su personaje favorito o crear interacciones entre los personajes que no ocurren en la serie de televisión.

En la identificación con personajes, Mittell distingue dos procesos: la alineación y la lealtad. La serialidad favorece que los espectadores pasen una cantidad de tiempo considerable con los personajes y de este modo aprenden su esquema de pensamiento. Cuando no utilizan una narración subjetiva, las series de televisión utilizan ciertos marcadores dentro de la narrativa para ayudar al espectador a inferir los estados emocionales de los personajes: cambios en la apariencia, determinadas acciones y diálogos. Al lograr una alineación con el personaje, el espectador puede anticipar sus respuestas o teorizar sobre cómo resolverá una situación. En este orden de ideas, cuando las reacciones no son coherentes con el contexto se puede pensar

⁸⁶ En el original: At the industrial level, there are incentives to associate a program with a number of actors who can be used to promote the series, serve as its public face, and be contractually committed to appear for years at a fixed salary (Mittell, 2012 – 2013, pág 15, *characters*).

que están fuera de lugar (*out of character*). En las series complejas sin embargo, los personajes son multifacéticos y juegan a superar estas expectativas, más aún cuando viven procesos de transformación a lo largo de la serie. Al respecto Mittell considera que:

Una de las formas más primarias con las que concebimos a los personajes como seres robustos con estados internos vívidos es imaginar comportamientos fuera del discurso narrativo, ya sea imaginando qué podría hacer un personaje durante los intervalos fuera de la pantalla, o explorando posibilidades alternas a los hechos en situaciones “¿qué hubieran hecho si...?”. Algunas veces estos intervalos o posibilidades son explícitamente promovidas por el texto⁸⁷ (Mittell, 2012 – 2013, pág. 32, *characters*).

Allrath (2005) arguye que *Buffy the Vampire Slayer* (WB 1997 – 2003) es un ejemplo de una serie que explora diversas posibilidades con sus personajes. Al utilizar recursos como *doppelgangers* de otras dimensiones, y otra clase de duplicaciones emplazadas en el género fantástico, el universo de *Buffy* crea arcos narrativos que no serían posibles con la naturaleza ‘oficial’ de sus personajes. Asimismo, subvertir los personajes de diversas formas permite presagiar sus futuros desarrollos. Tras revisar estas formas innovadoras de concebir a los personajes, Allrath finalmente concluye:

... a los espectadores se les deja con frecuencia preguntándose si el personaje que ven realmente es el personaje que ven, y recurrentemente encuentran un universo ficticio que en aspectos significativos difiere de aquél al que se han acostumbrado. Este uso lúdico de la incertidumbre ontológica [...] puede situarse en el contexto de una estética posmoderna⁸⁸ (Allrath, 2005, pág. 148).

⁸⁷ En el original: One of the primary ways we constitute characters as robust beings with vivid interior states is to imagine behaviors outside of the narrative discourse, both by filling in gaps between onscreen moments by imaging what a character might have done, and exploring counterfactual possibilities of “what would they have done if...?” situations. Sometimes such gaps or possibilities are explicitly invited by a text (Mittell, 2012 – 2013, pág. 32, *Characters*).

⁸⁸ En el original: ... viewers are frequently left wondering if the character they see actually is the character they see, and they recurrently encounter a fictional universe which in significant respects differs from the one they have grown used to. This playful use of ontological uncertainty [...] can be situated in the context of a posmodern aesthetics (Allrath, 2005, pág. 148).

Dentro del proceso de identificación con personajes interfiere también la lealtad, una cualidad que las narrativas complejas tienden a llevar al límite (Mittell, 2012 – 2013). Personajes como Tony Soprano en *The Sopranos*, Dexter Morgan en *Dexter*, o el matrimonio Jennings en *The Americans*, por nombrar algunos ejemplos, nos muestran facetas con las que simpatizamos pero constantemente desafían nuestra lealtad al realizar actos reprochables. Así, en nuestro juego de suposiciones sobre eventos futuros en la trama, intervienen nuestras calibraciones sobre los personajes principalmente por lo que hacen, y por lo que otros personajes opinan de ellos, o por cómo interactúan con ellos. A través de estas acciones y reacciones, establecemos alianzas con ciertos personajes. Ahora bien, aunque es raro que, tras acompañar a un personaje en su desarrollo durante una narrativa serial, cambiemos de bando, sí que hay eventos dentro de su arco de transformación que pueden hacernos replantear nuestra lealtad.

Existen varios tipos de arcos de transformación de personajes. En su análisis de personajes de series complejas, Mittell (2012 - 2013) los categoriza según su motivación. El más común es el crecimiento del personaje, más evidente en series con repartos corales jóvenes que adquieren más consciencia y estabilidad emocional a medida que se hacen mayores. Otro tipo de transformación ocurre cuando un personaje recibe una lección de vida que le hace replantearse su comportamiento. Mittell llama a este tipo de arco: transformación por aleccionamiento, y asegura que en formatos episódicos el aprendizaje no trasciende, puesto que la narrativa *primetime* convencional demandaría volver a su *statu quo* cada semana. En formatos seriales en cambio, este tipo de transformación se da de forma gradual y se relaciona casi siempre con que el personaje acepta las situaciones de su vida, llega a un acuerdo con su pasado, o aprende a comportarse de otra forma con los demás. La retrospección es una transformación que sacude completamente la estabilidad del personaje al ocurrir de manera repentina, y casi siempre debido a causas sobrenaturales o fantásticas (una posesión demoniaca, un cambio de cuerpos, duplicación, etc.). Este tipo de transformación resalta las cualidades que se han perdido en el personaje afectado. Finalmente Mittell describe la transformación

completa, que se da en un personaje adulto que gradualmente cambia su carácter y se manifiesta en sus acciones que repercuten en otros personajes y en eventos a futuro.

Según Mittell (2012 – 2013), si bien las series de televisión recurren a estos arcos de transformación de personajes para inyectar dramatismo a la narrativa, conviene mantener ciertos límites, puesto que los cambios drásticos afectarían la relación parasocial entre la audiencia y los personajes. Los fans han demostrado sentirse defraudados cuando las cualidades que les atrajeron de ciertos personajes se pierden a lo largo de la serie. Sin embargo, un arco de transformación bien construido, en el que se justifique el cambio, y este se efectúe de manera gradual y consistente con la lógica del universo narrativo, es apreciado por la audiencia, que valora ser retada intelectualmente, y comienza a desarrollar una lealtad, esta vez operacional, con la construcción de la narrativa.

2.3.4 Universo narrativo

El universo de una narrativa, también denominado mundo narrativo (en inglés *storyworld*) es el espacio ficcional que cobija a los personajes y que a la vez se construye con la interacción de estos y las respectivas consecuencias de sus acciones. Este universo tiene su propia línea temporal, e incluso puede tener varias líneas temporales, que pueden ser deducidas a través del discurso. Además, se nutre de otros textos, de ficción y realidad, manteniendo una lógica inherente. En géneros como la fantasía y la ciencia ficción, especialmente, el universo narrativo posee un contexto histórico, cultural y geográfico, además de funcionar bajo reglas particulares (Fludernik, 2009; Herman, 2002; Mittell 2012 – 2013; Ryan, 2013, 2015).

Según Mittell (2012 – 2013), la construcción visual y la orientación espacial son procesos importantes durante el visionado de las series de televisión, pues estimulan la creación de mapas cognitivos del universo de la narrativa, esto, aunado a las respuestas emocionales, asegura la inmersión de la audiencia. Quizá los videojuegos sean los medios digitales que más favorecen la inmersión en un universo narrativo,

ya que el jugador puede experimentar de primera mano todos los elementos que lo componen, y son sus decisiones las que desencadenan las acciones que van desarrollando múltiples tramas (finitas y predeterminadas ya que las decisiones son limitadas y restringidas). En su análisis narratológico de los video juegos de ciencia ficción *Mass Effect* (Xbox 360, 2007 -), Zakowsky (2014) arguye que la extensión del universo narrativo y los personajes más allá de la historia principal, en el pasado y en el presente (cualidad que este autor denomina 'espesor temporal') es lo que contribuye a la ilusión de realismo que conduce a la inmersión. Este realismo según este autor «no se basa en el grado de correspondencia con el mundo real, sino en el grado de correspondencia con *un* mundo real en un elaborado juego de 'hacer creer'» (Zakowsky, 2014, pág. 70).

El universo narrativo cobra protagonismo en narrativas no lineales como las de los videojuegos, en los que cada opción abre un camino a expensas de cerrar otros, los cuales, sin embargo, pueden reabrirse y explorarse en otro momento. En el estudio de este tipo de narrativas, se suele tomar como ejemplo la hiperdiégesis evocada en el cuento de Jorge Luis Borges *El Jardín de los senderos que se bifurcan*, en el cual, se infieren innumerables futuros derivados de todas las posibles acciones de los personajes, creando así un multiverso con temporalidades divergentes, convergentes y paralelas. En relación a ello, Ryan (2006) afirma que, en efecto, nuevos mundos podrían emerger en el universo narrativo, cada vez que un personaje contempla una posibilidad o toma una decisión. Estos puntos de inflexión en la teoría literaria, no solo dan pie a jugar con distintas líneas temporales que exploren el "qué pasaría si...", también dan lugar a interpretaciones en el lector, o a que imagine situaciones alternativas, y, a partir de ello, se generarían otros mundos posibles (Eco, 1992). La idea de que una ficción construya una cosmología de muchos mundos posibles, según Ryan (2006) enriquece la narrativa toda vez que:

Ofrece nuevos puntos de vista a preguntas fundamentales como la identidad, la responsabilidad ética y el libre albedrío; alienta preguntas respecto a la naturaleza del espacio y el tiempo; rejuvenece el viejo tema del dualismo; y crea situaciones narrativas que no podrían ser posibles en un sistema de realidad limitado a un solo

mundo. Para aquellos interesados en la motivación de la trama desde una perspectiva técnica, la cosmología cuántica plantea la pregunta de cómo la narrativa puede soportar la idea de un incesante surgimiento de una infinidad de mundos nuevos a través de la representación necesariamente limitada a un número finito de ellos⁸⁹ (Ryan, *From Parallel Universes to Possible Worlds: Ontological Pluralism in Physics, Narratology, and Narrative*, 2006, pág. 668).

Ryan (2006) plantea que las narrativas de ciencia ficción y fantasía a menudo describen diversos mundos posibles, que, por sus elementos en común, pueden catalogarse en tres tipos: de exploración *transmundial*, de historia alternativa, y de viaje en el tiempo. En el primer tipo de narrativa, los personajes se trasladan a mundos que coexisten en el mismo continuo espacio - tiempo, cualidad que se exhibe por lo general en mapas geográficos⁹⁰. Asimismo, señala que en estas exploraciones entre mundos, comúnmente, los personajes elegidos, utilizan un portal que les permite transportarse a estas realidades alternas (el ropero en el primer libro de la saga de C.S. Lewis, *Chronicles of Narnia*, por ejemplo). Este tipo de narrativas exponen lo que sería una dualidad ontológica o estructura saliente⁹¹ en la que dos reinos difieren en puntos importantes de lo que es posible entre ellos (Ryan, *From Parallel Universes to Possible Worlds: Ontological Pluralism in Physics, Narratology, and Narrative*, 2006, pág. 657).

En las narrativas que presentan una historia alternativa, la realidad de nuestro mundo es radicalmente distinta a como la conocemos, a raíz de una decisión tomada en el

⁸⁹ En el original: it offers new points of view on such fundamental questions as identity, ethical responsibility, and free will; it encourages questions regarding the nature of space and time; it rejuvenates the old theme of the double; and it creates narrative situations which would not be possible in a system of reality limited to one world. For those interested in the motivation of plot from a technical perspective, the quantum cosmology raises the question of how narrative can support the idea of the incessant birth of an infinity of new worlds through a representation necessarily limited to a finite number of them. (Ryan, *From Parallel Universes to Possible Worlds: Ontological Pluralism in Physics, Narratology, and Narrative*, 2006, pág. 668).

⁹⁰ Laure Ryan señala como ejemplo algunos de los lugares descritos en *Los Viajes de Gulliver* los cuales se encontrarían en nuestra propia geografía. Esto puede confirmarse en *The Broadview Anthology of British Literature (Volume A, Second Edition, 2011)* que muestra que en la edición de 1927 de la obra de Jonathan Swift, existe una ilustración de un mapa en el que se muestra a Lilliput ubicado al suroeste de Sumatra.

⁹¹ Véase Pavel, Thomas, 1986. *Fictional Worlds* (Cambridge, MA: Harvard University Press).

pasado, o de un leve cambio que inesperadamente suscita una serie de eventos en cadena. Es la exploración a la pregunta ¿qué hubiera pasado si...? En estas narrativas el mundo real continúa siendo la base del escenario ficticio y las posibilidades descritas invitan al lector/espectador a la reflexión.

Finalmente, las narrativas que invocan los viajes en el tiempo suelen plantear paradojas que logran ser solventadas si los eventos divergentes se adjudican a líneas de tiempo de diferentes mundos. Innumerables relatos optan por esta partición, pero otros abrazan la paradoja sin crear realidades alternas.

La miniserie estadounidense *11.22.63* (Hulu, 2016) basada en el libro homónimo de Stephen King, aborda la premisa de que el mundo sería un lugar mejor si el expresidente Kennedy no hubiese sido asesinado. El protagonista tiene la oportunidad de viajar al pasado a tratar de impedirlo, pero la historia se resiste a ser cambiada porque cada nueva modificación rompe la cadena de la causalidad. La trama de *11.22.63* incluye un portal que conduce a 1960 (al que denominan '*Rabbit hole*', la madriguera del conejo, haciendo alusión a *Alicia en el país de las maravillas*), aunque el viaje no es hacia otro mundo propiamente dicho, sino hacia el pasado, en la serie se afirma que el mundo en el futuro será otro completamente diferente al actual, dependiendo si se tiene éxito o no en la empresa propuesta. Igualmente, la posibilidad de ir y venir del presente a 1960, se postula en la narrativa como un viaje entre mundos con costumbres distintas, y esto conlleva a una serie de reflexiones y comparaciones entre uno y otro.

Asimismo, Ryan (2006) describe las estrategias que los autores suelen utilizar para justificar o explicar universos narrativos con temporalidades complejas y mundos paralelos. Algunas de las más comunes están relacionadas con estados mentales, es decir, el, o los mundos posibles serían producto de la imaginación, de un sueño, o de alucinaciones. También están las estrategias de virtualización que encontramos por ejemplo en los videojuegos, o en la serie de libros para niños *Elige tu propia aventura*. En estos universos narrativos, como se mencionó previamente, se tienen diversos caminos para explorar, cuando se elige uno se cierra otro, y cuando se alcanza el

objetivo final, este solo tiene relación directa con el último camino seleccionado. La alegoría o metáfora es otra estrategia utilizada para mostrar mundos posibles, aunque solo en un sentido teórico de lo que podría suceder, y, únicamente, con el motivo de exaltar una idea, sin ahondar en las alternativas propuestas.

Las narrativas que describen mundos posibles nos ayudan a evidenciar el concepto de universo narrativo, pues subvierten los escenarios a los que ya estamos acostumbrados y, gracias a esta cualidad, exploran de forma novedosa, eventos, personajes y tiempo. Ahora bien, Ryan (2013) nos dice que nuestra dedicación en el aprendizaje sobre un universo en particular demanda un libre y continuo acceso a este universo, y esta es una de las razones por las que la narrativas transmedia son exitosas. Las narrativas transmedia facilitan el consumo desde diversas plataformas, expanden el tiempo de inmersión, e incentivan un bucle de retroalimentación entre la audiencia y el universo narrativo. En relación a esto último, Samutina (2016) expone que la audiencia contemporánea no solo recibe, sino también transforma activamente la narrativa, ayudando a construir mundos ficcionales, en un proceso creativo en el que interviene ya no un solo autor sino una comunidad.

2.4 Narrativa transmedia

La narrativa transmedia es la creación de un universo narrativo a partir de varios productos en diferentes medios, fenómeno que, como lo señala (Mittell, 2012 - 2013), es tan antiguo como los medios mismos, la novedad reside en la diversificación metódica otorgada por las nuevas tecnologías. El término fue puesto en boga por Jenkins en 2006, aunque ya lo había introducido en 2003 en su columna del MIT *Technology Review*. En estas primeras observaciones Jenkins afirma que una narrativa transmedia ideal es aquella que sabe sacar partido de las posibilidades de cada medio, asimismo, cada franquicia debe ser lo suficientemente autónoma para permitir el consumo individualizado. Es decir, una historia puede ser introducida en una película, expandida a través de la televisión, de novelas y cómics, y su universo narrativo puede ser explorado a través de videojuegos, pero no se requiere haber visto previamente la película para disfrutar de sus extensiones en otros medios y viceversa.

Ryan (2016) considera que la etiqueta *transmedia* en las narrativas se oficializó definitivamente en la industria, cuando el Gremio de Productores de América (PGA por sus siglas en inglés) publicó el siguiente manifiesto:

El proyecto transmedia o franquicia debe consistir en tres (o más) historias narrativas existentes dentro del mismo universo ficticio sobre cualquiera de las siguientes plataformas: cine, televisión, cortometraje, banda ancha, publicaciones, cómics, animación, telefonía móvil, encuentros, DVD / blu-ray / CD-ROM, narrativa comercial, lanzamientos de mercadeo y otras tecnologías que pueden o no existir actualmente. Estas extensiones narrativas NO son lo mismo que reciclar el material de una plataforma para cortarlo o reutilizado en diferentes plataformas⁹² (Ryan, 2016, pág. 3).

Aun así, continúa existiendo un debate sobre qué clase de productos pueden calificarse como transmediáticos ya que solo algunos textos logran ser autosuficientes en un medio específico, a la vez que se comportan como piezas de una visión global y multimedia. Podríamos decir que las series de televisión, al ser más extensas que otras narrativas, no necesitan expandirse a otros medios, sin embargo, Mittell (2012 – 2013) afirma que debido a la competencia de ratings entre tantas cadenas, y la partición de la audiencia en nichos de mercado más reducidos, las productoras han decidido crear series transmedia y así mantener la lealtad de espectadores dispersos en múltiples opciones de visionado.

Scolari, Jiménez, & Guerrero (2012) definen dos tipologías de expansión transmediática en las series televisivas. La primera la denominan estratégica pues se planea desde la concepción de la idea general, y establece cuándo, cómo y en qué medio se revelará cada contenido adyacente; la segunda modalidad, la táctica, es completamente opuesta, responde a las reacciones que genere el contenido mediático a medida que se va desarrollando. Bajo esta perspectiva podríamos decir

⁹² En el original: Transmedia Narrative project or franchise must consist of three (or more) narrative storylines existing within the same fictional universe on any of the following platforms: Film, Television, Short Film, Broadband, Publishing, Comics, Animation, Mobile, Special Venues, DVD/Blu-ray/ CD-ROM, Narrative Commercial and Marketing rollouts, and other technologies that may or may not currently exist. These narrative extensions are NOT the same as repurposing material from one platform to be cut or repurposed to different platforms (Ryan, 2016, pág. 3).

que muchas producciones anteriores a la proliferación de los nuevos medios habrían utilizado la modalidad táctica, ya que no podían prever el alcance de la narrativa que habían construido.

Ryan (2016) explica el uso de dos modelos considerados transmedia en la industria estadounidense, y para diferenciarlos, utiliza los nombres Costa Este y Costa Oeste propuestos por el desarrollador Bryan Clark (2012). El primero, el de la Costa Este, se basa en una estrategia de mercadeo denominada aproximación *Top Down*, la cual consiste en distribuir contenido en plataformas y medios tecnológicamente innovadores para llamar la atención sobre un proyecto, o hacerlo interactivo. El modelo de la Costa Oeste, en cambio define la expansión de un universo narrativo popular más allá de su medio original; es decir, estaría de acuerdo con el postulado de Jenkins, aunque sin llegar a estar concebido así desde el inicio (como sí lo está la estrategia *Top Down* de la Costa Este). Lo cierto es que la mayoría de los proyectos transmedia, tipo Costa Oeste, surgen tras el éxito de un contenido en un solo medio, como el universo *Star Wars* por ejemplo.

En este escenario cabe la pregunta de si las adaptaciones de un medio a otro (de una novela al cine, que sería el caso más común) pueden ser consideradas transmedia. Según Ryan (2016), las adaptaciones, más que repetir una historia, permiten visitar de una forma distinta un famoso universo narrativo. De este modo, estarían expandiendo dicho universo al ofrecer detalles que solo pueden ser expresados en un medio y no en otro. Entonces, según esta autora «lejos de excluir las adaptaciones, las franquicias transmedia pueden ser descritas como una combinación de adaptaciones con otra operación narrativa⁹³» (Ryan, 2016, pág. 5).

En relación a este panorama, Mittell (2012 – 2013) realiza una distinción entre una narrativa transmedia balanceada, que sería el modelo ideal planteado por Jenkins, en el cual la narrativa tendría una distribución equitativa en distintos medios, y una

⁹³ En el original: Far from excluding adaptations, then, transmedia franchises can be described as a combination of adaptations with another longstanding narrative operation (Ryan, 2016, pág. 5)

narrativa desbalanceada, en la cual es evidente que hay un texto principal, rodeado de extensiones en otros medios, que más o menos se integran a la narrativa. Ahora bien, teniendo en cuenta que el segundo modelo es el que prevalece en la industria de la televisión, Mittell es partidario de equiparar las extensiones transmediáticas a los paratextos, y en razón a ello identifica tres clases: aquellos que cumplen una función incitadora y promotora en torno al texto primario, los que operan como extensores de los elementos narrativos, y los que orientan a los espectadores por los universos ficticios complejos.

Bellón (2012) también ofrece una clasificación de las extensiones transmedia según la función que cumplen, tanto para enriquecer el texto original, como la experiencia del consumidor. En primer lugar, esta autora señala que los contenidos televisivos en sitios web, son extensiones que logran multiplicar las oportunidades de recepción al adaptarse a las prácticas de visionado actuales, además de ayudar a segmentar la audiencia y a construir marca en la red. También identifica que con sus contenidos en la web, las series de televisión estimulan la inmersión en el universo narrativo y la participación de los espectadores. Asimismo, las productoras se valdrían de extensiones transmedia como *webisodios* para completar líneas argumentales del contenido matriz, que no pudieron ser incluidas debido a inconvenientes de la producción (como la salida de un actor por ejemplo). Aunado a ello, Bellón resalta que extensiones como *webseries*, novelas gráficas, y juegos en línea, son contenidos paralelos creados con el fin de mantener el interés del espectador, durante el período que la serie de televisión no se encuentra al aire.

Otra particularidad que Bellón destaca de las series de televisión actuales, es que diseñan extensiones transmedia para que la audiencia acceda a elementos diegéticos del universo ficticio, en el mundo real. Un buen ejemplo de esta dinámica, son los distintos sitios web que el personaje de *How I Met Your Mother*, Barney Stinson, creó en la ficción pero que también pueden ser consultados en la realidad⁹⁴. Scolari et al.

⁹⁴ Todos los sitios web creados por este personaje de ficción, son compilados en la plataforma fandom *Wikia*, y pueden ser consultados en: http://how-i-met-your-mother.wikia.com/wiki/Tie-in_sites

(2012), denominan a esta trascendencia de los personajes a esferas de interacción de la vida real, *componente de re-creación*, una estrategia transmedia que cada vez cobra más fuerza. Otros ejemplos los encontramos en Twitter, plataforma que aloja cuentas para personajes populares de ficción, para dar la ilusión de que conviven en una misma realidad que los espectadores.

Según Jenkins (2010) los conglomerados de medios con propiedad sobre extensos universos narrativos populares, buscan maximizar los puntos de contacto con diferentes nichos de consumidores. Esto genera, en una visión global, la creación de franquicias, y en lo particular, el diseño de productos de entretenimiento transmedia. Cada plataforma que integra la experiencia de entretenimiento, debe recoger nuevos consumidores y al mismo tiempo permitir a la audiencia más comprometida, los fans, indagar más profundo en ese universo narrativo. Los fans, a cambio, transformarán ese especial interés en la franquicia en diversas prácticas de participación, que a su vez, extenderán el universo narrativo en nuevas direcciones.

Jenkins (2006, 2010) también señala que las narrativas transmedia deben contener una extensión comercial con atractivos culturales (proyectos que captan individuos con intereses similares que, consecuentemente, comienzan a reunir conocimiento) y activadores culturales (proyectos que estimulan formas de participación en la audiencia). Asimismo, deben concebir una extensión del universo de la narrativa a partir del análisis de trabajos fan y discusiones en línea, para conocer qué aspectos de este universo han cautivado a la audiencia, qué le añadirían o cómo reformularían a los personajes o a las tramas.

En la actualidad, podemos comprobar que los universos narrativos profundos se respaldan en géneros robustos construidos a lo largo de varias generaciones. Los universos narrativos pueden ser vistos como espacios diegéticos que compartimos con muchas más personas, y géneros como la fantasía y la ciencia ficción dominan estos espacios. El género tiene conexión con una serie de subculturas muy concretas, como la ciencia ficción, la fantasía y el horror (Pérez-Gómez, 2011). Los universos fantásticos tienen lo necesario para una expansión transmedia, y tienen la ventaja de

ofrecer recursos narrativos como viajes en el tiempo, magia o universos paralelos para explicar rupturas sintácticas, algo que a otros géneros se les dificulta (Harvey, 2015). En su estudio sobre el discurso televisivo de ciencia ficción, Hernández Pérez & Grandío Pérez (2011) confirman que la riqueza argumental y visual de este género se presta para crear narrativas transmedia, y comercializar productos que refuerzan el fenómeno fan. Por estas razones, se suministrarán a continuación reseñas breves de los subgéneros a los cuales pertenecen las series de televisión *The Walking Dead* y *Game of Thrones*, objeto de estudio de esta investigación, con el fin de contextualizar el fenómeno de audiencia que suscitan y para comprender mejor su narrativa.

2.5 Antecedentes de los subgéneros de las series objeto de estudio

Tanto el horror como la fantasía épica, se desprenden del género fantástico, el cual, desde comienzos del siglo veinte, se dio a la tarea de abandonar la realidad como punto de partida, para sustituirla por el acontecimiento sobrenatural, que es tan real como cualquier acontecimiento natural en la obra. Todorov (1981) señala que lo fantástico más que un género autónomo, parece situarse en el límite de dos géneros: lo extraño y lo maravilloso. Así, si el héroe, el lector, o ambos, deciden explicar los fenómenos descritos mediante leyes factibles, la obra pertenecería al género de lo extraño. Si por el contrario, los eventos escapan a las leyes de la naturaleza, y tanto lector como héroe aceptan estas leyes, estaríamos entrando al terreno de lo maravilloso. Para Todorov, la pura literatura de horror pertenecería a lo extraño, y se enfocaría en describir ciertas reacciones, en particular la del miedo. En lo maravilloso describir las reacciones ante lo sobrenatural no es relevante puesto que lo importante es describir la naturaleza misma de lo sobrenatural.

Los subgéneros aquí señalados han recorrido un largo camino por el cual han ido alimentándose de otros géneros. La tradición gótica en la literatura, el teatro, el cine y el video cimentó el cinema zombi (Bishop, 2010). En cuanto a la fantasía épica, existe un consenso investigativo que nos dice que ha evolucionado a partir de la épica

grecolatina, la épica medieval, los cuentos de hadas y la mitología anglosajona y escandinava (Escalonilla Sánchez, 2009).

Entendiendo la importancia del género en la construcción de universos narrativos complejos, se ofrece a continuación un recorrido conciso por los antecedentes directos y con mayor prominencia de las series objeto de estudio.

2.5.1 Los inicios del subgénero zombi hasta *The Walking Dead*

A inicios del siglo XX el cine había conseguido reavivar la arcana atracción por las historias de terror potencializando imaginarios del género en el público. Para la época, estos imaginarios se fundamentaban principalmente en la narrativa gótica de castillos siniestros, personajes masculinos febriles y damiselas en peligro. *Drácula*, *Frankenstein*, *el hombre lobo*, dominaron la escena de los años treinta de la mano de *Universal Pictures*, en ese entonces un estudio clase B que logró un éxito inesperado con esta línea de terror. Aprovechando el interés de la audiencia por las historias de monstruos ambientadas en parajes exóticos como *King Kong* (RKO 1933), una de las principales compañías de la edad de oro del cine estadounidense decidió apostar por otra clase de terror, alejado de los aciagos páramos europeos.

Esta compañía fue la *United Artist*, productora fundada por cuatro importantes personalidades de Hollywood (Charles Chaplin, Douglas Fairbanks, Mary Pickford y David Wark Griffith), que en 1932 lanzó la película *White Zombie* dirigida por Victor Halperin. Este film fue rodado en parte en los estudios Universal utilizando escenografía reciclada de otras películas de terror de la época. La trama tomaba inspiración de las exageradas anécdotas de William Seabrook en su paso por Haití descritas en la sección *Black Sorcery* de su libro *The Magic Island* publicado en 1929 (Bishop, 2010, pág. 13).

Gracias al libro de Seabrook, los estadounidenses conocieron la práctica del Vudú, un ritual místico de procedencia africana, así como las leyendas de los sacerdotes nativos que podían asesinar a sus enemigos y traerlos de nuevo a la vida como sirvientes sin alma ni voluntad. Estos seres, conocidos como los “muertos caminantes” exacerbaron la curiosidad del público y pronto hicieron parte del folclor popular debido a la película

de Halperin. Ansiosos de repetir el éxito inesperado de *White Zombie*, varios realizadores copiaron el concepto de vudú zombi en algunas películas como *King of the Zombies* (1941) *I walked with a Zombie* (1943) y *Revenge of the Zombies* (1943) que sin embargo no lograron superar en taquilla a su predecesora. Igualmente esta temática no lograría resaltar en aquellos días entre la ya bien establecida línea de monstruos clásicos.

Las reglas de este género se transformarían más de dos décadas después con la llegada del icónico film *The Night of The Living Dead* (Romero, 1968) en el cual los zombis pasaron a ser individuos víctimas de la magia negra a hordas hambrientas de carne humana infectando pueblos y ciudades a escala global. Un concepto que se aproxima a las narrativas del subgénero que vemos actualmente.

El reconocido crítico cinematográfico, ganador del Pulitzer, Roger Ebert narró en un artículo la reacción de la audiencia frente a este film en aquella época, ofreciendo así una visión de primera mano del impacto que las imágenes proyectadas tuvieron sobre todo en los más jóvenes:

Los chicos en la audiencia se quedaron atónitos. Hubo un silencio casi absoluto. La película había dejado de ser gratamente atemorizante hacia la mitad, y se había convertido inesperadamente en algo terrorífico (...) No creo que los más jóvenes realmente supieran qué los impactó. Estaban acostumbrados a ir al cine, claro, y habían visto algunas películas de terror antes, también, pero esto era otra cosa. Esto eran demonios necrófagos devorando gente... y realmente podías ver lo q estaban comiendo.⁹⁵ (Ebert 1969).

Si bien el resto de la reseña de Ebert se centra en la preocupación acerca de que este tipo de películas no deben ser vistas por menores, su crónica también nos revela la

⁹⁵ En el original: The kids in the audience were stunned. There was almost complete silence. The movie had stopped being delightfully scary about halfway through, and had become unexpectedly terrifying. (...) I don't think the younger kids really knew what hit them. They were used to going to movies, sure, and they'd seen some horror movies before, sure, but this was something else. This was ghouls eating people up -- and you could actually see what they were eating (Ebert, 1969).

incipiente reacción del público a dos características que las películas de este subgénero explotarían más adelante: escenas de canibalismo explícito y la cuestionable validez de querer sobrevivir a una extinción inminente. En palabras del propio Ebert (1969): «cuando el héroe es asesinado, no es ni siquiera un final infeliz, es un final trágico: nadie sobrevive, se acabó, eso es todo». Asimismo este documento de la época evidencia que, si bien este film redefiniría las reglas del subgénero no asignaría el título de zombis a los muertos vivientes. De hecho Ebert en su reseña los define como *Ghouls*⁹⁶.



Figura 22. Póster oficial de *The Night of the Living Dead* 1968

En la examinación de este subgénero suele cuestionarse el desencadenante de la plaga, sin embargo, *The Night of the Living Dead* no ofrece razones (ni soluciones), sino que brevemente sugiere que la causa es una radiación proveniente de Venus, pero no se indaga nunca en ello. Es cierto que algunas películas obvian este detalle para centrarse en el hecho simple y llano de que los muertos no permanecen como deberían, pero también muchos otros films constituyen alegorías de los temores de la sociedad. En la filmografía zombi de la década de los treinta, la aversión a costumbres foráneas se metaforizaba en el temor hacia los ritos de la magia negra, en los años cuarenta, en

⁹⁶ El diccionario de oxford otorga el siguiente origen al término *Ghoul*: «De finales del siglo 18, proviene del árabe, Gul, un demonio del desierto que se cree robaba las tumbas para devorar los cadáveres».

varios films, incluyendo algunos de los citados líneas atrás, se evidenciaba una temática nazi recurrente (Kay, 2008). El film de Romero de 1968, según Martínez Lucena (2012) también realiza, inadvertidamente, una denuncia social:

se hace difícil pensar el éxito de esta película fuera del contexto social de protesta civil estadounidense en el que esta surgió, que hizo que el público se sintiese identificado metafóricamente con lo que en ella se insinuaba a través del mito. Los muertos vivientes podían ser los soldaditos americanos enviados a morir al frente de Vietnam en una guerra absurda, que volvían a vengarse de la sociedad de la opulencia ensimismada en la rueda del consumo (Martínez Lucena , 2012, pág. 53).

Luego de que Romero añadiera los conceptos de propagación y supervivencia⁹⁷ al subgénero, los orígenes para la condición zombi comenzaron a divergir. *Incubo sulla città contaminata* (1980), film hispano-italiano, propuso la radiación nuclear como causa, una breve tendencia adoptada por otras producciones, entre las que se destaca *The children*, del mismo año, y cuyo propósito de exacerbar los miedos frente a una posible contaminación se puede ver reflejado en otros films que apelan ya no a la radiación si no a los químicos como causa; *Let Sleeping Corpses Lie* (1974) y *Toxic Zombies* (1980) son ejemplos de ello.

⁹⁷ El concepto de supervivencia en la narrativa zombi se ha convertido en un elemento clave en el subgénero. El estrés constante de estar enfrentando o huyendo de una amenaza antinatural que aumenta de nivel ha encontrado su propio término: *survival horror*, que hoy en día es ampliamente utilizado en la categorización de videojuegos de este tipo.

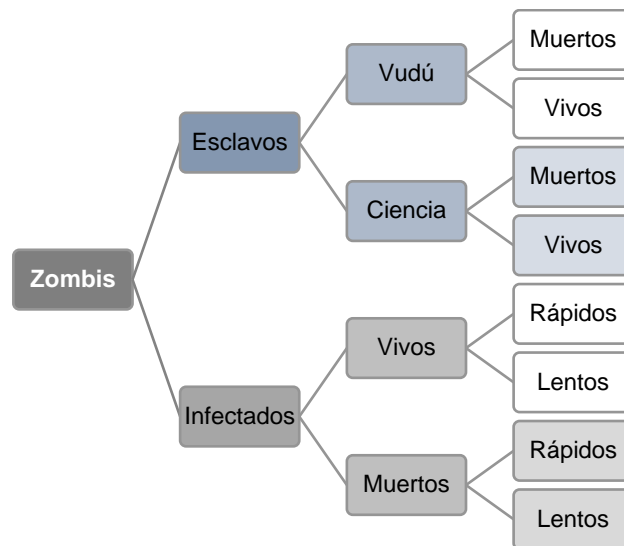


Figura 23. Clasificación de los zombis. Adaptado de Bishop, 2010, pág. 20.

En nuestro breve recorrido han transcurrido cincuenta años y las películas del género permanecen bajo la etiqueta clase B, el pobre desarrollo argumental de la vasta mayoría, sumado a quizá lo más evidente; el bajo presupuesto de las producciones, sería una constante hasta prácticamente la entrada del nuevo milenio.

Pero prosigamos en la década de los ochenta⁹⁸ y en la búsqueda de otras explicaciones al fenómeno zombi, el turno ahora es para la intervención médica para la reanimación de tejido muerto, con la película *Re-animator* (1985) que añade a la fórmula tintes de comedia, un aspecto que si bien ya había hecho parte de otras producciones previas (en ocasiones sin intención) comenzaba a ser más recurrente. Dos de las producciones más destacadas de este periodo son *Return of the Living Dead* (O'Bannon, 1985) - definitivamente no una secuela del film de Romero, sino más bien una entretenida

⁹⁸ En esta década los zombis fueron ganando cada vez más protagonismo, recordemos que fue en 1983 que Michael Jackson lanzó en la cadena MTV el video promocional de su sencillo Thriller, causando un gran impacto mediático en aquél entonces y perdurando en la cultura popular hasta nuestros días.

*splatterpunk comedy*⁹⁹ ícono de los ochenta – y *The Serpent and the Rainbow* (Craven, 1987) que nuevamente aborda el tema zombi desde la práctica del Vudú.

Cabe resaltar además, que en esta década el cine zombi comenzó a competir con un subgénero del terror que pronto se hizo bastante popular: el *slasher*¹⁰⁰. Títulos como, *Texas Chainsaw Massacre*, *Friday the 13th*, *Nightmare on Elm Street* y *Halloween*, supieron ganarse el favor del público, convirtiéndose paulatinamente en franquicias que aún hoy llaman miles de espectadores a las salas de cine.

De este período también proceden varios títulos hoy convertidos en clásicos como la saga *The Evil Dead* (Reimi, 1981 - 1992) que a menudo son incorporados en la historia cinematográfica del subgénero, aunque no involucran propiamente zombis¹⁰¹, y es que, en muchos festivales y convenciones, e incluso en catálogos y bases de datos, suelen englobarse dentro del cine zombi títulos de producciones que, si bien contienen elementos narrativos del subgénero, como *gore* y tramas tipo *survival horror*, no incluyen muertos reanimados, sino fantasmas, demonios o incluso asesinos en serie. Básicamente se hace un símil entre películas clase B de los ochenta y el término *cinema zombi*, incluyendo también producciones recientes que deliberadamente adoptan este estilo.

En la década de los noventa el cine de vampiros, mucho más antiguo que el *cinema zombi*, tuvo un nuevo auge. Películas como *Drácula de Bram Stoker* (Coppola, 1992), *Interview with the Vampire* (Norman, 1994) y series televisivas como *Buffy the Vampire Slayer* (Fox, 1997 – 2003) fueron - y continúan siendo - extremadamente populares y sin duda ocuparon los imaginarios de esta generación en relación al género sobrenatural. Sin embargo de esta época no se pueden dejar de mencionar títulos como

⁹⁹ El *Splatter* (*salpicadura* en inglés) es un subgénero del terror con violencia gráfica, exceso de sangre y vísceras y contenido sexual. El *splatterpunk* entonces se refiere a este subgénero emplazado en la estética de los ochenta.

¹⁰⁰ El *Slasher* (*rebanar* en inglés) es un subgénero del terror que usualmente involucra a un violento psicópata que utiliza elementos cortopunzantes para sistemáticamente asesinar a sus víctimas.

¹⁰¹ *Army of Darkness*, (Reimi, 1992) tercera entrega de la saga *The Evil Dead*, incluye un ejército de *undead* o no muertos que se diferencian de los zombis que hemos descrito en que no actúan bajo un instinto voraz por carne humana, sino que poseen la capacidad de reflexionar frente a sus acciones.

el *remake* a todo color de *The Night of the Living Dead* (Savini, 1990), tras veintidós años del estreno de la original de Romero, y *Braindead* (Jackson, 1992) también conocida como *Dead Alive*, la mejor pieza del período *Splatstick*¹⁰² del afamado director de la trilogía *The Lord of The Rings*.

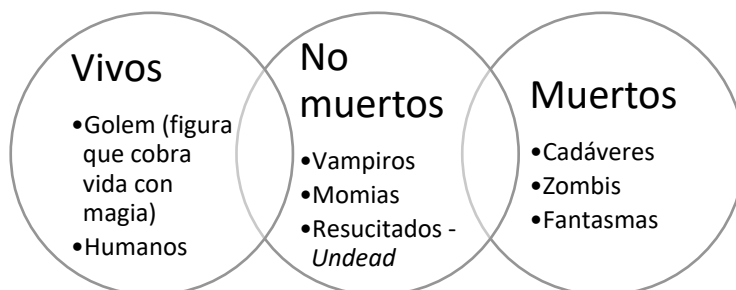


Figura 24. Clasificación de los vivos y los muertos. Adaptado de Bishop, 2010, pág. 21.

Comenzando el siglo XXI la narrativa zombi en el cine tomaría un nuevo aire gracias a una incipiente aunque bastante popular franquicia de video juegos llamada *Resident evil* (Capcom 1996 -). Y es que, si bien en los noventa la temática zombi no cobró protagonismo en las salas de cine, si supo mantenerse vigente en otros medios como la televisión, los cómics y los videojuegos. De este modo, cuando el famoso videojuego japonés originalmente nombrado *Biohazard* (バイオハザード) se trasladó a la pantalla grande en 2002, un público alimentado por setenta años de presencia del subgénero zombi estaba lo suficientemente contextualizado para pasar al siguiente nivel. Atrás quedarían las producciones de bajo presupuesto y la marginalización del espectador atraído por el *gore*.

¹⁰² Término que se utiliza para describir una película con una dosis adecuada de humor y *gore*. Es un acrónimo de *Splatter* y *Slapstick* (comedia basada en la violencia).



Figura 25. Póster oficial de la película *Resident Evil* (2002).

A partir de entonces los zombis comienzan a ser una constante en las carteleras de cine. De los años 2000 en adelante, algunos títulos para tener en cuenta son:

- *28 Days Later* (Boyle, 2002) película que aporta al cinema zombi una visión más “realista” de la pandemia.
- *Dawn of the Dead* (Snyder, 2004) presenta una versión de zombis más rápidos y agresivos.
- *Shaun of the Dead* (Wright, 2004) cautiva espectadores mezclando la comedia con el *gore*.
- *REC* (Balagueró & Plaza, 2007) consiguió ser una de las películas más taquilleras de 2007 en España, más tarde, la productora estadounidense Filmax realizaría un *remake* bajo el título de *Quarantine*.
- *Planet Terror* (Tarantino & Rodríguez, 2007) rinde tributo a las películas clase B.
- *Diary of the Dead* (Romero, 2007) El mítico autor añade un cuarto título a su saga de muertos vivientes en el nuevo siglo.
- *I am Legend* (Lawrence, 2007) La novela de ciencia ficción escrita por Richard Matheson en 1954 es adaptada al cine cambiando a los vampiros por zombis.
- *Zombieland* (Fleischer, 2009) propuesta de acción, comedia y zombis que se convierte en un nuevo referente del subgénero.

- World War Z (Forster, 2013) basada en la novela homónima de Max Brooks, este film protagonizado por Brad Pitt, apuesta por la animación CGI. Una secuela se espera para 2017.

Haciendo un recuento, el concepto zombi ha estado de una manera u otra por cerca de ochenta años, y en este tiempo las reglas de este género se han ampliado, fusionado con las de otros géneros y traspasado a otros formatos. A partir de la década de 2010, la resonancia del subgénero no vendría de las salas de cine sino de los hogares alrededor del globo, pues fue en este año que salió al aire por primera vez la serie de televisión *The Walking Dead*, basada en el cómic creado por Robert Kirkman y Tony Moore. Esta historia tiene lugar en un futuro apocalíptico, donde un grupo de personas luchan por sobrevivir a una invasión de muertos vivientes. Elogiada por aportar matices diferentes al género, TWD ha sabido ganarse una significativa comunidad de fans en los últimos seis años.

La primera temporada, se estrenó el 31 de octubre de 2010 en Estados Unidos y durante esa misma semana se lanzó en varios países. Fue promocionada por medio de una campaña llamada *Invasión zombi mundial*, coordinada por AMC y FOX, donde miles de extras disfrazados de zombis recorrieron puntos importantes alrededor del globo (el puente de Brooklyn en New York, el Big Ben en Londres, El museo del Prado en Madrid) para finalmente llegar a la premier en Los Ángeles. Esta campaña logró convocar cerca de cinco millones y medio de espectadores, convirtiéndose en el estreno más visto de cualquier serie de televisión de AMC. El número de espectadores para esta serie asciende con cada temporada, llegando a un promedio de diez millones de espectadores en 2017¹⁰³.

¹⁰³ Información tomada de la web *TV by the numbers* que divulga datos de audiencia registrados por la compañía Nielsen. Enlace: <http://tvbythenumbers.zap2it.com/>

2.5.2 Los inicios del subgénero fantasía épica hasta *Game of Thrones*

Las investigaciones sobre fantasía épica no especifican una fecha de origen para este subgénero, sin embargo, se considera que a finales siglo XIX proliferaron los relatos con los elementos en común que hoy lo definen. Sus antecedentes más remotos sin embargo, serían los poemas griegos la *Iliada* y la *Odisea* de Homero (s.VIII a.C.), la epopeya latina, la *Eneida* de Virgilio (s.I a.C.), y el poema épico anglosajón *Beowulf* (s. VII – X aprox.) pues son los elementos principales de la épica clásica, los héroes y la mitología, los que cimientan este subgénero. Asimismo, la fantasía épica está profundamente marcada por el mundo medieval, en parte por el auge que tuvieron sus referentes culturales durante el Romanticismo (Castro Balbuena, 2016).

Ward (2011) señala que en el género fantasía han convivido múltiples subgéneros que se han diluido en hibridaciones o han desaparecido por cambios en los gustos culturales, aunque la fantasía épica ha sido quizá el más estable. Suelen emplearse otros términos para definir este subgénero: fantasía heroica, de aventuras, alta fantasía, de espadas y hechicería, por nombrar algunos. La falta de precisión en la definición de este subgénero, da como resultado cronologías variadas de las obras que lo representan. Por ejemplo, Sánchez Escalonilla (2009) en su descripción del subgénero fantasía de aventuras, incluye las obras *Las crónicas de Narnia* de C.S. Lewis (1951-1954) y *El señor de los anillos* de J.R Tolkien (1954-1955), afirmando además que marcan el primer auge comercial de este subgénero. Pero así mismo, considera la obra de Teatro *Peter Pan, el niño que no quiso crecer* y su posterior adaptación literaria *Peter Pan y Wendy* el punto de partida para este subgénero híbrido, y añade a esta categoría las adaptaciones cinematográficas entre 1903 y 1939, de *Alicia en el país de las maravillas* y *La isla del tesoro*. Otras obras mencionadas por este autor en su compilación son *Star Wars* y *Regreso al futuro*, que claramente contienen elementos de ciencia ficción, con lo cual podemos deducir que su definición engloba todas las obras que cumplan con la premisa de un viaje hacia lo maravilloso y la contraposición de un mundo ordinario con uno extraordinario, pero sin enfatizar necesariamente en los referentes medievales. Como mencionamos al

comienzo de este apartado, lo épico, traducido en mitos y héroes, es indispensable para el subgénero en la medida que proporciona el ingrediente bélico que conduce la trama y el desarrollo de los personajes. En la fantasía épica, el medioevo proporciona un contexto agreste y romántico que al idealizarse da cabida a lo mágico y heroico. En palabras de Castro Balbuena (2016):

...la proliferación de ambientes medievales puede deberse a la intención por regresar al origen, a esa época primigenia que se entiende como el principio de la sociedad actual: la Edad Media. Y no solo eso, sino que las turbulencias que atravesaron las comunidades occidentales durante ese tiempo suponen un campo de cultivo perfecto para la fantasía y, en especial, para la creación de mundos fantásticos o secundarios (Castro Balbuena, 2016, pág. 8).

El autor de múltiples obras de género fantástico, L. Sprague de Camp, quien a su vez fuera un entusiasta del personaje *Conan el Bárbaro*, creado por el escritor Robert E. Howard, ofrece en su introducción a *Conan of the Isles* una descripción poética de la fantasía heroica, que condensa el referente conceptual más aceptado:

Hay una clase de historia que se ubica, no en el mundo tal como es, o fue, sino como - para un aventurero de sillón - debería haber sido. Es una aventura-fantasía, situada en un imaginario mundo prehistórico o medieval, donde la magia funciona y la revolución científica no ha tenido lugar. O tal vez ocurra en algún universo paralelo, o en este mundo como lo será en un futuro distante, cuando la ciencia haya sido olvidada y la magia haya revivido. En este mundo, relucientes ciudades levantan sus brillantes pináculos contra las estrellas; hechiceros lanzan encantamientos siniestros desde guaridas subterráneas; espíritus funestos acechan ruinas; monstruos primitivos pelean entre los matorrales de la jungla; y el destino de los reinos se equilibra con las espadas sangrientas que blanden los héroes de fuerza y valor extraordinario. En tal mundo, los hombres son poderosos, las mujeres son hermosas, la vida es aventurera, y los problemas son simples. [...] Tales historias se conocen bajo el nombre de 'fantasía heroica' o, a veces, como 'espada y hechicería' [...] Las fantasías heroicas combinan

el tinte, lo grotesco y la acción vigorosa de la novela histórica con los terrores atávicos y las delicias del cuento de hadas¹⁰⁴ (Sprague de Camp & Carter, 1968, pág. Intro.).

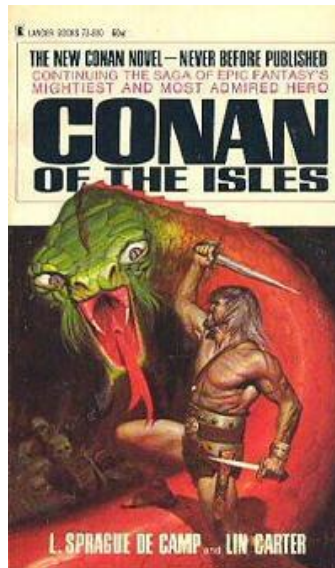


Figura 26. Portada de *Conan of the Isles*, publicada por Lancer Books, diseño del artista John Duillo.

Según Castro Balbuena (2016), la crítica anglosajona y francesa ha puesto un empeño especial en catalogar los subgéneros de la literatura fantástica. De estos países además, han surgido varios autores representantes del género fantástico, entre los cuales se destaca Lord Dunsany, quien, basado en la mitología céltica irlandesa y los cuentos de hadas tradicionales escribió sesenta obras entre las que se destacan: *The Gods of Pegana* (1905), *Time and the Gods* (1906), *Dreamer's Tales* (1910) y *The Book of Wonder* (1912). La recreación de mundos maravillosos fue una constante en su trabajo, e influyó a importantes autores venideros como J.R. Tolkien y H.P Lovecraft, este último, precedente del horror y la ciencia ficción, reconocido por crear el mito de *Cthulu*.

¹⁰⁴ En el original: There is a kind of story laid, not in the world as it is or was, but as - to an armchair adventurer - it ought to have been. It is an adventure-fantasy, laid in an imaginary prehistoric or medieval world, where magic works and the scientific revolution has not taken place. Or perhaps it is in some parallel universe, or in this world as it will be in the distant future, when science has been forgotten and magic has revived. In such a world, gleaming cities raise their shining spires against the stars; sorcerers cast sinister spells from subterranean lairs; baleful spirits stalk crumbling ruins; primeval monsters crash through jungle thickets; and .the fate of kingdoms is balanced on bloody broadswords brandished by heroes of preternatural might and valor. In such a world, men are mighty, women are beautiful, life is adventurous, and problems are simple. [...] Such story is called heroic fantasy' or, sometimes, 'sword and sorcery' [...] Heroic fantasies combine the color, gore, and lively action of the costume novel with the atavistic terrors and delights of the fairy tale (Sprague de Camp & Carter, 1968, pág. Intro.).

El concepto de fantasía épica alcanzaría otro estadio, que algunos catalogan como alta fantasía, con las obras del autor J.R Tolkien. Si bien el primer libro con el que conseguiría éxito sería *El Hobbit* (1937), este autor habría comenzado a desarrollar su complejo mundo fantástico mucho antes con *El Silmarillion*, obra que no vería la luz sino hasta 1977, tras su deceso. Diecisiete años después de la publicación de *El Hobbit*, los tres volúmenes de *The Lord of the Rings* salieron al mercado alcanzado su apogeo en la década de los sesenta, convirtiéndose a partir de entonces en una obra de culto que continúa siendo redituable en nuestros días (Castro Balbuena, 2016; Ward, 2011).

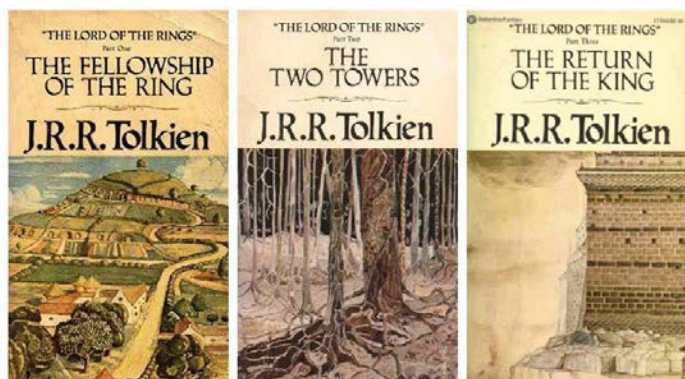


Figura 27. Primera edición en tapa blanda de la trilogía de *The Lord of the Rings*.

El éxito de *The Lord of the Rings* estableció un mercado viable para el subgénero. *The Sword of Shannara* (Terry Brooks, 1977) y *The Chronicles of Thomas Covenant, the Unbeliever* (Stephen R. Donaldson, 1977) son dos obras destacadas de este período de bonanza comercial en la literatura fantástica, y están claramente influenciadas por el trabajo de Tolkien (Ward, 2011). Otra autora que ganó reconocimiento en esta época y continúa vigente es Ursula K. LeGuin. Sus novelas en torno a la fantasía (puesto que también escribía ciencia ficción) se encuentran recopiladas bajo el nombre de Crónicas de Terramar.

Ahora bien, aunque Tolkien sea sinónimo de fantasía épica para la mayoría, otros tres autores deben destacarse por su aportación a la construcción de este subgénero (Castro Balbuena, 2016). El primero de ellos es Robert E. Howard (1906-1936), quien, como se mencionó anteriormente, es el creador de Conan el Bárbaro, también

conocido como Conan de Cimmeria, y de otros personajes populares como Kull de Atlantis y Solomon Kane. Su trabajo tuvo mayor exposición en revistas *pulp*¹⁰⁵ de la época como la famosa *Weird Tales*, y en la actualidad forman parte de múltiples compendios del subgénero. El personaje de Conan el Bárbaro fue llevado a la pantalla grande en 1982, encarnado por Arnold Schwarzenegger, y recientemente, en 2011, regresó al cine, interpretado esta vez por el actor Jason Momoa, quien interpretaría el personaje de Khal Drogo en la serie *Game of Thrones*.

Robert Jordan (1948-2007), creador de la serie *The Wheel of Time*, que hasta el momento de su deceso constaba con once entregas, supo recrear un mundo complejo « notablemente convincente, ricamente matizado y con una profundidad de detalle que fácilmente evoca un estado de ánimo que Tolkien describió como "creencia secundaria"¹⁰⁶» (Ward, 2011, pág. 238). Otro autor perteneciente a la generación más reciente del subgénero, Brandon Sanderson, fue el encargado de escribir las tres últimas novelas de la saga, completando así la obra de Jordan.

El último autor, considerado por Castro Balbuena (2016) como sucesor contemporáneo del subgénero, es George R.R. Martin, creador de la saga, aún sin finalizar, *A Song of Ice and Fire*, la cual ha inspirado la exitosa serie de televisión *Game of Thrones*. Martin también es autor de varias novelas y relatos de ciencia ficción y fantasía ganadoras de numerosos premios, e incluso escribió guiones para reconocidas series también de género fantástico, como *Twilight Zone* (1986) y *The Beauty and the Beast* (1987).

En la literatura contemporánea resaltan algunos títulos relacionados con la fantasía épica, como la saga de *Geralt de Rivia*, también conocida como la saga *del Brujo*, de Andrzej Sapkowski, cuya primera publicación data de 1990 y la más reciente de 2013 (en su versión original). El mundo creado por este autor polaco ha inspirado una

¹⁰⁵ Formato de encuadernación de tapa blanda y bajo coste. Estas revistas se especializan en relatos e historietas de fantasía y ciencia ficción. El término *pulp* hace referencia a la pulpa de papel. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/pulp>.

¹⁰⁶ En el ensayo de Tolkien *On Fairy-stories* (1947), este autor teoriza sobre las posibilidades de concebir una creencia secundaria, es decir, lograr una realidad convincente de un mundo fantástico. La tierra media es un ejemplo de ello.

película y una serie de televisión en su país, pero su adaptación más exitosa es el videojuego RPG para PC *The Witcher*, lanzado en 2007.

La fantasía épica y los videojuegos han demostrado ser una combinación exitosa, gracias en gran medida, a que, como se mencionó en un apartado previo, este medio facilita la inmersión en universos narrativos detallados. Algunos títulos famosos son: *World of Warcraft* (Blizzard Entertainment, 2004 -), juego de rol multijugador masivo en línea (MMORPG, por su sigla en inglés), que ha conseguido atraer millones de suscriptores alrededor del mundo. Permite explorar tres mundos, Azeroth, Terrallende y Draenor, cada uno con distintos continentes y regiones, y escoger entre trece razas distintas para luchar en alguno de los dos bandos de la guerra¹⁰⁷. En 2016 se estrenó un film basado en este videojuego titulado *Warcraft*, protagonizado por el actor Travis Fimmel, quien a su vez encarna a Ragnar Lothbrok, personaje principal de la serie *Vikings* (History Channel 2013-).

The Elder Scrolls (Bethesda 1994-) es una serie de videojuegos para consolas, que narra una historia épica extendida en múltiples territorios, y denomina cada entrega según el escenario en que se desarrolla. La última, lanzada en 2011, ocurre en la provincia de *Skyrim*, la cual además cuenta con tres expansiones, lanzadas entre 2012 y 2013 que explayan aún más el universo y ofrecen nuevas aventuras.

Final Fantasy (Square Enix 1987-) es la tercera franquicia de videojuegos más extensa de la historia, después de *Super Mario Bros* y *The Legend of Zelda*. Su narrativa se despliega en múltiples plataformas, desde todo tipo de consolas, teléfonos móviles, hasta películas animadas. Sus tramas siempre retratan una lucha entre el bien y el mal, exploración de mundos, héroes jóvenes, hechizos y seres fantásticos.

Muchas obras, más de las mencionadas en este breve recuento, han sido adaptadas al cine, y con base en su aceptación, podemos comprobar que la industria fílmica ha revivido y generalizado la fantasía épica que otrora permanecía reducida a subculturas concretas. La trilogía de Peter Jackson sobre la obra maestra de Tolkien, *The Lord of*

¹⁰⁷ Véase <https://worldofwarcraft.com/es-es/>. Consultado el 16 de marzo de 2017.

the Rings, significó la introducción de este subgénero a la corriente principal, una afirmación sustentada en los millones recaudados en taquilla, y en *merchandising*, así como las múltiples nominaciones y premios que obtuvo. Además, los films de Jackson sentaron el terreno para otras franquicias populares como *The Chronicles of Narnia*, y *El Hobbit* (Thompson K. , 2007).

En este contexto, surge en televisión *Game of Thrones*, titulada en España Juego de Tronos, una adaptación de la saga de libros escritos por George R. R Martin, *A Song of Ice and Fire* (Canción de Hielo y Fuego). Según el propio Martin, en un medio donde abundan las series sobre médicos y comedias de situación, no parecía probable que la fantasía, restringida tanto tiempo a los libros, tuviera éxito, pero fue gracias a la trilogía de Jackson que surgió un renovado interés del público, que además demanda historias bien hechas, aunque siempre cabe la pregunta de qué tan bien hechas están (Strachan, 2013).

Game of Thrones producida y emitida por la cadena estadounidense HBO, garante innegable de calidad, ha contado en su más reciente temporada con un presupuesto de diez millones de dólares por episodio¹⁰⁸ y ha sido rodada en distintos países como Canadá, Irlanda del Norte, Escocia, Malta, Croacia, Islandia y España. Esta serie cuenta con 38 premios *Emmy* acumulados¹⁰⁹ entre otros reconocidos galardones que destacan su calidad técnica y actoral.

Teniendo en cuenta los antecedentes aquí descritos para las series objeto de estudio, el siguiente capítulo se enfocará en el análisis de sus elementos narrativos, integrando además el discurso de los internautas, que ha sido recogido de sus redes sociales oficiales y foros en línea más representativos.

¹⁰⁸ Véase *Game of Thrones season 6: Cost of HBO hit rockets to \$10m per episode* (2016). The Independent UK. Recuperado de: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/game-of-thrones-season-6-hbo-spends-over-10m-on-each-episode-a6959651.html>. Consulta realizada el 18 de marzo de 2017.

¹⁰⁹ *'Juego de tronos' se corona en los Emmy 2016 como la serie de la década* (2016) El País. Recuperado de: Enlace: http://cultura.elpais.com/cultura/2016/09/19/television/1474255235_789737.html. Consulta realizada el 18 de marzo de 2017.

Capítulo 3. Ficciones, audiencia y fandom

3.1 Sobre las ficciones objeto de estudio

Las series objeto de análisis de esta investigación sobre audiencia y fandom televisivo, han sido seleccionadas en razón a su popularidad actual, la cual se sustenta en cifras de audiencia y número de seguidores en redes sociales, datos que serán presentados en detalle más adelante. Estas narrativas surgen en el medio televisivo en un contexto que varios investigadores, siguiendo las características enunciadas por Thompson (1996), han denominado *Quality Television*, en el que muchas ficciones televisivas son aclamadas por sus guiones originales e impecable producción, lo que las convierte en referentes culturales merecedores de investigación académica.

Antes de conocer los hallazgos obtenidos tras el análisis del diálogo en línea relacionado con estos dos programas, se procederá a examinar los elementos narrativos contemplados en la Poética de la narrativa de televisión contemporánea propuesta por Mittell (2012 - 2013), eventos, temporalidad, personajes y universo narrativo. Como complemento, se describirán las extensiones transmedia de las series propuestas.

3.1.1 Contexto y datos de audiencia

Game of Thrones, (de ahora en adelante GOT) titulada en España *Juego de Tronos*, es una adaptación para la televisión de la saga de libros de fantasía épica escritos por George R. R. Martin, titulada *A Song of Ice and Fire (Canción de Hielo y Fuego)*, narrativa que lleva cosechando éxito desde 1996 dentro de un público específico, asiduo a las obras de género fantástico, pero que ahora se consolida como fenómeno de masas gracias a la serie de televisión de HBO. «*Juego de Tronos* es un producto intrínseca y esencialmente de culto antes de ser estrenado, así como un drama de calidad del que se da por sentado que cumplirá los requisitos más actualizados de la *quality television*» (García García, 2013, pág. 75). Esta serie se estrenó el 17 de abril de 2011, su entrega más reciente, la sexta temporada, concluyó el 16 de junio de 2016,

y una próxima temporada se espera para el 16 de julio de 2017¹¹⁰. Hasta el momento, cada temporada ha contado con diez episodios, pero varios diarios en línea comentan la posibilidad de que la séptima y la octava temporada contengan menos episodios. Igualmente, HBO recientemente ha confirmado que la serie finalizará en el 2018¹¹¹. GOT también ha sido nominada y galardonada en repetidas ocasiones y en distintas categorías, principalmente por la industria cinematográfica, de arte y entretenimiento estadounidense. En 2016 se convirtió en la serie dramática con más premios Emmy en la historia de la televisión¹¹².

GOT es una serie original de HBO cuya reputación se ha forjado con series de producción propia aclamadas por el público y la crítica entre las que se destacan *The Sopranos*, *Six Feet Under*, *Sex and the City* y *The Wire*. La marca HBO es sinónimo de televisión de calidad. «La producción, estética, imagen, audiencia y recepción de HBO difiere con respecto a las cadenas de televisión más comerciales» (Expósito Barea, 2011). HBO es un servicio al que se accede exclusivamente por suscripción. Actualmente cuenta con 134 millones de suscriptores alrededor del mundo¹¹³. Su público es mucho mayor si se tiene en cuenta que sus series concluidas se siguen emitiendo a través de otras cadenas de señal abierta en distintos países, y que también sus producciones son altamente apetecidas en formato DVD, así como a través de múltiples sitios de descarga directa y visionado en línea. Otro aspecto destacable de

¹¹⁰ Véase BBC Mundo Redacción (2017). *HBO anuncia la fecha de estreno de la séptima temporada "Game of Thrones"*. BBC Mundo. Recuperado de: <http://www.bbc.com/mundo/noticias-36936458>. Consulta realizada el 27 de marzo de 2017

¹¹¹ Véase Natalia Marcos (2016). *Todo lo que se sabe sobre la temporada 7 de 'Juego de tronos'*. El País. Recuperado de: http://cultura.elpais.com/cultura/2016/06/30/television/1467277378_744915.html. Consulta realizada el 27 de marzo de 2017. *Game of Thrones to end after season eight in 2018*. (2016) BBC News. Recuperado de: <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-36934888>. Consulta realizada el 27 de marzo de 2017. Debra Birnbaum (2017) *'Game of Thrones' will end with eighth season, HBO confirms*. Screener. Recuperado de: <http://tvbythenumbers.zap2it.com/more-tv-news/game-of-thrones-will-end-with-eighth-season-hbo-confirms/>. Consulta realizada el 27 de marzo de 2017.

¹¹² Véase *Emmys 2016: Game of Thrones breaks Frasier's record and wins best drama again* (2016) The Guardian. Recuperado de <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2016/sep/18/game-of-thrones-emmy-awards-2016-breaks-record-best-drama>. Consulta realizada el 27 de marzo de 2017. *Game of Thrones Awards* (2017) IMDb. Recuperado de: <http://www.imdb.com/title/tt0944947/awards>. Consulta realizada el 27 de marzo de 2017.

¹¹³ Véase *Number of HBO subscribers worldwide from 2010 to 2016 (in millions)* (2016) Statista. Recuperado de: <https://www.statista.com/statistics/329277/number-hbo-subscribers/>. Consulta realizada el 27 de marzo de 2017.

HBO, es que al ser un paquete de canales de pago no necesita anuncios publicitarios y sus producciones pueden tratar temas controversiales con altos contenidos de violencia y sexo explícito. Además de estar de acuerdo con lo anterior, Raya Bravo & García García (2013) afirman que el sello HBO favoreció la aceptación de la fantasía épica en otros círculos con su serie *Juego de Tronos*, «el hecho de que la magia aparezca en pequeñas dosis a lo largo de la serie facilita la tarea de llegar a un público más reacio al género» (Raya Bravo & García García, *El camino hacia Juego de Truenos. Nuevas tendencias en la fantasía cinematográfica y televisiva del nuevo milenio*, 2013, pág. 57).

Desde su estreno, GOT ha sumado espectadores rápidamente alrededor del mundo. El final de la primera temporada en 2011 atrajo una audiencia de cerca de tres millones de espectadores mientras que el último episodio de la sexta temporada en 2016 consiguió triplicar esa cifra.

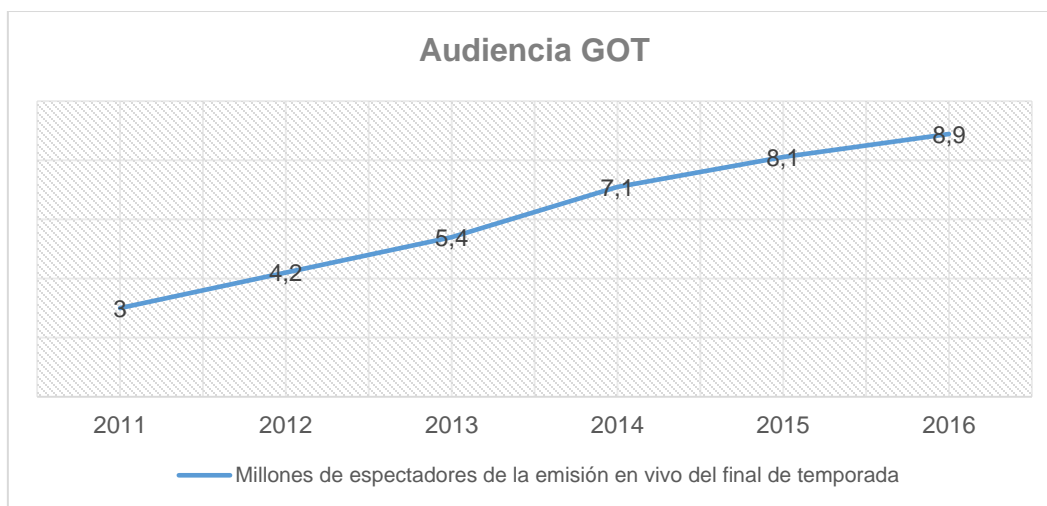


Figura 28. Creación propia a partir de datos suministrados por Nielsen a los sitios web tvseriesfinale.com y screenertv.com.

Sus registros en la web social no se quedan atrás, a marzo de 2017 cuenta con 20 172 413 de seguidores en su página oficial de Facebook, 4 922 291 en su cuenta oficial en Twitter y 119 020 miembros en su foro más activo¹¹⁴.

La otra serie que considera este estudio, es la adaptación televisiva de la serie de cómics escrita por Robert Kirkman, *The Walking Dead* (de ahora en adelante TWD), la cual se estrenó en 2010 coincidiendo con la celebración de Halloween, y tras una campaña global que recurrió al gusto generalizado por el *cosplay* inspirado en la temática zombi para movilizar a cientos de personas en distintas ciudades. El resultado: más de cinco millones de espectadores presenciaron el estreno. Al momento de escribir estas líneas, la serie se encuentra en emisión, acercándose al final de su séptima temporada. AMC¹¹⁵ ha confirmado una octava temporada cuyo inicio se prevé para octubre de 2017¹¹⁶.

TWD ha recibido numerosos premios de asociaciones e instituciones relacionadas con la industria del arte y entretenimiento, algunas de ellas especializadas en el género del horror y el thriller como la *Horror Writers Association* que entrega los *Bram Stoker Awards*, la revista *Fangoria*, y la *Academy of Science Fiction, Fantasy and Horror* cuyos galardones son los *Saturn Awards*. Esta serie también ha ganado dos Emmy por su sobresaliente maquillaje de efectos especiales¹¹⁷, equipo liderado por Greg Nicotero, reconocido por su trabajo con George A. Romero en *Day of the Dead* (1985) y muchos otros filmes del subgénero. Nicotero también es director de varios episodios de la serie.

¹¹⁴ Véase *Westeros: The 'A Song of Ice and Fire' Domain Community Member Statistics*. Recuperado de: <http://asoiaf.westeros.org/>. Consulta realizada el 29 de marzo de 2017.

¹¹⁵ El diseño del logo de este canal exhibe la 'a' en minúscula (aMC).

¹¹⁶ Véase Jack Shepherd (2016) *The Walking Dead season 8 release date: AMC renews zombie show a week before season seven begins*. The Independent UK. Recuperado de: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/the-walking-dead-season-8-release-date-season-seven-amc-sets-new-episodes-a7365031.html>. Consulta realizada el 29 de marzo de 2017.

¹¹⁷ Véase *The Walking Dead Awards and nominations* (2016) Television Academy. Recuperado de <http://www.emmys.com/shows/walking-dead>. Consulta realizada el 29 de marzo de 2017.

TWD es una producción original de AMC, canal de cable básico estadounidense que emitía exclusivamente películas clásicas, de allí su nombre (*American Movie Classics*), sin embargo, a partir de 2002 diversificó su programación a películas más recientes y algunas producciones propias. Todo cambiaría en 2006, con el estreno de la serie *Mad Men* la cual recibiría grandes elogios por parte de la crítica y la audiencia. En 2009, su reputación se afianzaría aún más al dar comienzo a la serie *Breaking Bad*, considerada por la crítica especializada, la mejor serie dramática contemporánea¹¹⁸. Según Liaguño (2011), el proyecto de la adaptación de los comics de Kirkman a la televisión estuvo ligado en un punto al afamado director Guillermo del Toro, con producción de HBO, pero fue finalmente AMC quien desarrolló el proyecto, y con ello cambió los estándares de canales similares como FX, TNT y Syfy.

El cable básico, la extraña tierra de nadie entre la televisión abierta y el entretenimiento por suscripción, difumina esa marcada división entre la cuota segura de las cadenas reguladas y la audacia de los consorcios menos restrictivos de televisión paga. *The Walking Dead* aprovechó por completo esta distorsión y cambió el juego un poco a favor. Mueve el péndulo (o en su caso, un hacha) decididamente hacia los estándares de la televisión de pago con su sangre desenfundada, tripas y *gore* en un canal dentro de todos los hogares con cable básico. Esa identidad de canal de cable ayuda a moderar la oposición que de otro modo recibiría *The Walking Dead*¹¹⁹ (Liaguño, 2011, pág. 123).

Al momento de redactar estas líneas (marzo de 2017), TWD cuenta con millones de seguidores en sus redes sociales: 36 265 559 en su cuenta oficial de Facebook y 5

¹¹⁸ Véase Richard Lawson (2012) *The Case for 'Breaking Bad' as Television's Best Show*. The Atlantic. Recuperado de: <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/07/case-breaking-bad-televisions-best-show/325927/>. Consulta realizada el 29 de marzo de 2017.

Maureen Ryan (2012) *'Breaking Bad': Five Reasons It's One Of TV's All-Time Greats*. The Huffington Post. Recuperado de: http://www.huffingtonpost.com/maureen-ryan/breaking-bad-greatest-show_b_1665640.html. Consulta realizada el 29 de marzo de 2017.

¹¹⁹ En el original: Basic cable, the weird no man's land between network TV and subscription entertainment, blurs that hard divide between the safety of policed network fare and the edginess of less restrictive pay-cable outlets. *The Walking Dead* takes full advantage of this distortion and switches the game up a bit. It swings the pendulum (or in its case, an axe) decidedly toward pay-TV standards with its unrestrained blood, guts and gore on a network broadcast into the homes of almost everyone with basic cable. That cable identity helps temper the pushback *The Walking Dead* might otherwise receive (Liaguño, 2011, pág. 123).

840 020 en su Twitter oficial. Su foro en línea en español más activo, registra 3627 miembros y produce un total de 2391 temas, los cuales contienen hasta el momento 85301 comentarios¹²⁰. En 2016, se mantuvo con una audiencia promedio de 18 824 000¹²¹.

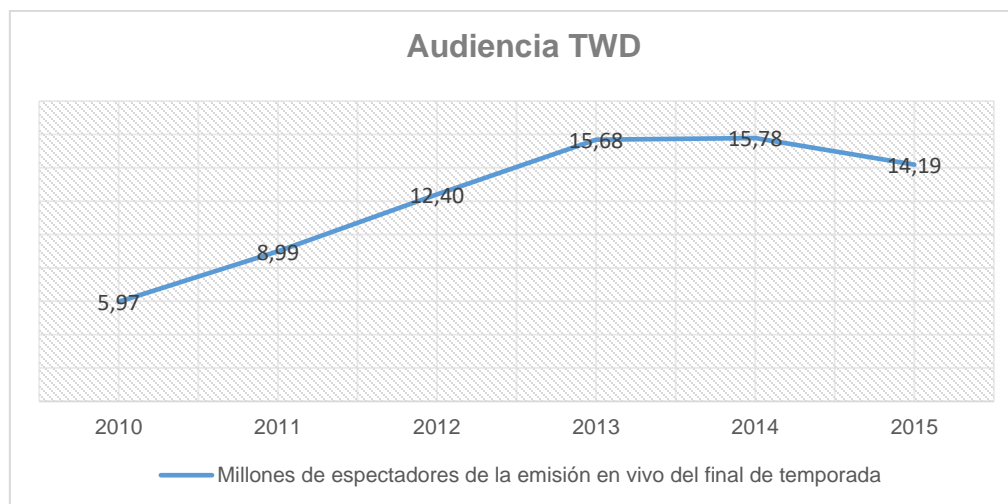


Figura 29. Elaboración propia a partir de datos suministrados por Nielsen a los sitios web ew.com y screenertv.com.

3.1.2 Eventos

Game of Thrones

Los eventos narrados en GOT se basan en la saga de libros de fantasía épica *A Song of Ice and Fire* (de ahora en adelante ASOIAF). El primero de ellos, *A Game of Thrones*, es el que da nombre a la serie, y asimismo inspira algunos de los eventos narrados en la primera temporada. Los creadores de la serie David Benioff y Daniel Weiss, han optado por hacer una versión para televisión algo distanciada de las

¹²⁰ Véase *Estadísticas Foro en Español de Walkingdead.es*. Recuperado de: <http://walkingdead.es/foro/>. Consulta realizada el 30 de marzo de 2017.

¹²¹ Véase *Top 10 Primetime Tv programs of 2016 - Regularly scheduled*. (2016) Recuperado de: <http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2016/tops-of-2016-tv.html>. Consulta realizada el 30 de marzo de 2017.

novelas de Martin, incluyendo solo las tramas más relevantes en su criterio¹²². El siguiente cuadro ilustra el contenido de los libros que se ha adaptado en las temporadas emitidas.

Temporada	Libros
Primera	<i>A Game of Thrones</i> : 69 de 73 capítulos <i>A Clash of Kings</i> : 1 de 70 capítulos
Segunda	<i>A Clash of Kings</i> : 55 de 70 capítulos <i>A Storm of Swords</i> : 5 de 82 capítulos
Tercera	<i>A Clash of Kings</i> : 1 de 70 capítulos <i>A Storm of Swords</i> : 44 de 82 capítulos <i>A Dance with Dragons</i> : 1 de 73 capítulos
Cuarta	<i>A Storm of Swords</i> : 20 de 82 capítulos <i>A Feast for Crows</i> : 1 de 46 capítulos <i>A Dance with Dragons</i> : 2 de 73 capítulos
Quinta	<i>A Storm of Swords</i> : 3 de 82 capítulos <i>A Feast for Crows</i> : 10 de 46 capítulos <i>A Dance with Dragons</i> : 20 de 73 capítulos

Figura 29. Creación propia a partir de los datos suministrados por Joel Geddert (2013 – 2016) *Game of Thrones episode chapter coverage*. Recuperado de: <http://joeltronics.github.io/got-book-show/bookshow.html>

La sexta temporada mezcla algunos eventos narrados en el sexto libro titulado *The Winds of Winter*, con elementos de *A Feast for Crows* y *A Dance With Dragons*, pero ha preferido incluir eventos originales, aún más que los exhibidos en temporadas anteriores. Se prevé que las últimas dos temporadas continúen incluyendo material inédito, aunque en principio adaptarían los eventos principales de los dos últimos libros de la saga: *The Winds of Winter* y *A Dream of Spring*, los cuales, cabe mencionar, no han sido publicados aún.

¹²² Lowman, Rob (2015). 'Game of Thrones:' A look at the past, future of the TV series as it diverges more from books. Inland Valley Daily Bulletin; Ontario, Calif. Recuperado de: <http://www.dailynews.com/arts-and-entertainment/20150410/game-of-thrones-a-look-at-the-past-future-of-the-tv-series-as-it-diverges-more-from-books>. Consulta realizada el 24 de marzo de 2017.

La trama de GOT se desenvuelve en tres escenarios principales: el continente de Poniente (*Westeros*), las tierras más allá de El Muro (*The Wall*), y el continente de Essos. En cada escenario se desarrolla un arco narrativo con múltiples personajes, cada uno estrechamente conectado con los otros. En Poniente se desatan violentos conflictos por el control de las regiones que lo componen, unificadas bajo el nombre de los Siete Reinos. En las tierras más allá de El Muro (una colosal construcción de hielo macizo al norte de Poniente que defiende los Siete Reinos), se cierne la amenaza de los caminantes blancos sobre el continente, y se relata la lucha (y posterior alianza) entre La Guardia de la Noche y los pueblos salvajes. En Essos, se narra el viaje desde el exilio de Daenerys la única sobreviviente de la casa Targaryen, hija del rey Aerys II derrocado quince años atrás, que busca retomar el trono como legítima reina de Poniente. De los tres arcos narrativos, la lucha por el Trono de Hierro, símbolo del poder sobre los reinos de Poniente, es el que más se destaca por su realismo:

Martin se inspiró en la historia en vez de en la mitología; basó su relato, libremente, en la Guerra de las Dos Rosas, las sangrientas luchas dinásticas en la Inglaterra medieval. Comparada con las ficciones más épicas, la historia de Martin contenía relativamente poca magia, y sonaba peligrosa, fuerte y real (Miller, 2012, pág. 8)

Las intrigas políticas que se suscitan en el mundo de GOT atrapan sectores de la audiencia disímiles, puesto que, a pesar de estar emplazadas en un mundo fantástico, se antojan cercanas a nuestro contexto histórico, incluso, contemporáneo:

La serie se presenta como una apuesta por la fantasía, pero lo cierto es que traspasa esa etiqueta genérica y se ofrece como un producto complejo, en el que la serialidad y las tramas emocionales son tan relevantes como en los *soap operas*, y cuyo desarrollo narrativo se asemeja más al empleado en las ficciones históricas que a las estructuras argumentales arquetípicas propias del género fantástico (Lozano Delmar, Raya Bravo, & López Rodríguez, 2013, pág. 16).

Los eventos que se nos muestran en la serie cargan con elementos narrativos de la novela literaria con un peso sustancial: antepasados legendarios, lugares míticos, grandes batallas, y sucesos importantes, que dan lugar a ese presente. Por esta razón,

podríamos situar algunos núcleos de la trama en eventos de los que no hemos sido testigos a través de las imágenes en pantalla, pero que conocemos por boca de los personajes.

De este modo, también podríamos decir que los eventos que sí presenciamos en la serie de televisión, son coyunturales y prometen ser resolutivos. En ese sentido, la trama de GOT plantea enigmas atractivos para el espectador: ¿quién conseguirá en definitiva el Trono de Hierro?, ¿qué amenaza concreta suponen los caminantes blancos para Poniente? En esta serie, por una parte, el drama político nos seduce con sus astutos juegos de poder, y por otra, los dragones, la magia y los seres sobrenaturales, nos auguran un desenlace épico.

The Walking Dead

Los eventos narrados en la serie de televisión *The Walking Dead* se derivan del cómic homónimo escrito por Robert Kirkman, el cual comenzó a publicarse en octubre de 2003 y pronto alcanzó gran notoriedad, siendo considerado actualmente el cómic de zombis más exitoso de este siglo (Flint, 2010, pág. 106). La trama se centra en la lucha de un grupo de sobrevivientes de una extraña pandemia por adaptarse a un mundo infestado de muertos vivientes, en el que sin embargo, son los vivos los que representan un mayor peligro. El grupo, liderado por Rick Grimes, quien solía ser alguacil de un pequeño pueblo estadounidense, representa la porción de humanidad que intenta construir una nueva sociedad, pero tendrán que enfrentarse a aquellos que ven en el caos, la oportunidad de dominar con crueldad.

La serie de televisión incurre en supresiones, adiciones, expansiones y compresiones de los eventos narrados en el cómic. Las diferencias entre el texto original y su adaptación, además de responder a las posibilidades y restricciones propias de cada medio, se generan en favor de la audiencia, que espera una propuesta original, que aporte material inédito y giros inesperados. En el cómic por ejemplo, el protagonista pierde su mano derecha, mientras que en la serie la mantiene. Respecto a esta diferencia, Kirkman, creador del cómic aclara:

Creo que cortar la mano de Rick cuando lo hicimos fue genial para el cómic. Es sólo que en otro medio sería más difícil de lograr. En el cómic podemos hacer trampa porque las cosas no se mueven. No puedes hacer eso en el programa. Verías que Rick no puede recargar su arma y cosas así. El CGI de cortar la mano de Rick hubiera sido costoso, pero lo hicimos con la pierna de Hershel así que si llegáramos a pensar que Rick necesita perder una mano, lo haríamos¹²³.

Otras diferencias destacables entre el texto matriz y su adaptación en pantalla son:

- Cambios en los personajes (p. ej. la exlíder de Alexandría, Deanna en el cómic es Douglas, las niñas lizzie y Mika en el cómic son Billy y Ben).
- La muerte de unos personajes en la serie que continúan con vida en el cómic, (Andrea, Sofía) y viceversa (Carol, Judith). Esto provoca que se trasladen algunas líneas argumentales de unos personajes a otros, es el caso de Michonne que recoge acciones de Andrea, y Enid, de Sofía.
- La inclusión de personajes importantes en la serie que no existen en el cómic (p. ej. Daryl, Merle).
- El destino de algunos personajes en el cómic es distinto en la serie (p. ej. El Gobernador, Dale, Abraham).
- Relaciones amorosas propuestas en el cómic que no suceden en la serie (p. ej. Rick y Andrea, Carl y Sofía), y viceversa, (p. ej. Rick y Michonne, Andrea y El Gobernador).

Estas variaciones suscitan eventos originales en la serie televisiva logrando así mantener la expectativa¹²⁴.

¹²³ En el original: I think cutting Rick's hand off when we did was great for the comic. It's just that in another medium it would be harder to pull off. We cheat in the comic because things aren't moving. You can't do that on the show. You'd see Rick not being able to reload his gun and things like that. The CGI of cutting off Rick's hand would be expensive, but we did it with Hershel's leg so if we felt strongly about Rick losing a hand, we'd do it. Véase Barkan (2016) *10 Major Differences Between "The Walking Dead" Show and Comic*. Bloody Disgusting. Recuperado de <http://bloody-disgusting.com/comics/3410195/10-major-differences-walking-dead-show-comic/>. Consulta realizada el 02 de abril de 2017.

¹²⁴ A propósito, Robert Kirkman, creador de TWD, comenta en AMA (ask me anything) de Reddit que la historia en los cómics va adelantada a la serie televisiva. También aprovecha para unirse a quienes se preocupan por que George R.R. Martin, creador de las novelas que inspiran GOT, no termine su obra a tiempo: I'm comfortably ahead

Los eventos en TWD se enfocan en describir en profundidad el deterioro de la civilización tras un apocalipsis y el impacto psicológico que un evento catastrófico de esta magnitud tiene en los individuos. A pesar de que podemos identificar en el grupo de Rick arquetipos heroicos, el deseo de sobrevivir a toda costa también les obliga a sacar a flote lo peor de sí mismos. Labra (2011) reflexiona acerca de la metáfora de nuestra modernidad implícita en esta narrativa:

Una vez que desaparecen las relaciones sociales de producción, y todas las otras relaciones que sobre ellas descansan, el hombre deja de ser hombre. Se convierte casi en un animal [...] las necesidades, la conciencia moderna capitalista desaparecen dejando paso a una supervivencia que no se da en el seno de relaciones sociales. Casi podríamos decir que se dan en contra de ellas [...] Todavía así, Kirkman no cae en una apología de lo que fue, de la gran Norteamérica perdida. Si hace algo, es mostrarnos en forma implícita que toda la violencia y dolor desatados en la serie vivían solapados en el mundo anterior. En este sentido podemos reconocer la potencialidad de la ficción zombie como crítica al mundo actual, como señalada por los tratados antes citados. Pero sólo es un nivel de lectura simbólico, y convive con otro más directo y asequible, el del futuro pos apocalíptico como desenlace posible (Labra, 2011, págs. 99,100).

En el texto matriz de esta historia no se explican las causas del apocalipsis zombi, como tampoco lo hace su fuente de inspiración, *La noche de los muertos vivientes* de Romero: «Nunca ha habido intención por parte de Kirkman de darlo a conocer, [el motivo de la pandemia] sabiendo como buen “romeriano”, que la incógnita es virtud» (Serrano Cueto, 2009). La serie televisiva comienza sin darnos explicaciones de la causa de este inusitado evento de extinción, sin embargo, en el último capítulo de la primera temporada, el grupo de Rick se encuentra con un científico que realiza pruebas en el cerebro de los muertos vivientes, este le revela a Rick que todas las personas, sin importar que hayan sido mordidos por un ‘caminante’, se reanimarán tras morir, lo que significa que todos están ya infectados con un virus desconocido. Esta afirmación

of the series. We do at least 12 issues a year (sometimes more) and the show does 16 a year... so it's possible it could eventually catch up, but I'm currently so far ahead I don't think it will happen. That said, George R.R. Martin better get to writing! I want my GAME OF THRONES!
Fuente:https://www.reddit.com/r/IAmA/comments/20u6xf/im_robert_kirkman_creator_of_the_walking_dead_ama/

narrativa es importante, porque determina que no existe un punto cardinal en la historia que hubiera podido ser cambiado o removido para evitar la realidad que enfrentan los personajes.

El guion no solo expone la futilidad de una causa para la pandemia sino también juega con la esperanza de encontrar una cura. En la quinta temporada todo el grupo se embarca en la misión de llevar al personaje de Eugene a Washington. Eugene, un autoproclamado científico del Gobierno, asegura tener la clave para detener el virus, lo que significaría el fin de la pesadilla apocalíptica. Sin embargo, el último episodio emitido en 2014, previo al receso de temporada, concluye este hilo argumental de forma desesperanzadora, puesto que finalmente Eugene confiesa que su historia es solo una invención que perpetuó para que otros le mantuvieran con vida. De este modo, la serie reafirma su premisa: cuando todo parece perdido, ¿vale la pena luchar por sobrevivir?

3.1.3 Temporalidad

Game of Thrones

Ubicándonos en este universo ficticio, la historia ocurre en el presente, y el tiempo discursivo se dirige hacia adelante, acumulando eventos. El discurso progresa como la historia misma, y solo incurre en anacronías a través de la línea argumental de Bran Stark, en razón de que dicho personaje tiene el don de ver hacia atrás o hacia adelante en el tiempo. Esta dosificada manipulación del discurso lo enriquece en la medida que otorga la espectacularidad precisa a revelaciones de ciertos enigmas, por ejemplo, la explicación de por qué Hodor solo dice 'Hodor' y cómo surgieron los caminantes blancos (*The Door 6x05*). Asimismo este recurso ofrece atisbos de eventos claves del pasado, lo que permite a la audiencia discutir teorías, es el caso del verdadero origen de Jon Nieve (*Jon Snow*), teoría que parece confirmarse en la visión de Bran sobre su padre, Eddard Stark y la hermana de este, Lyanna Stark tras la batalla en la torre de la alegría (*The Winds of Winter 6x10*). También las visiones de Bran dan pistas sobre el futuro, generando expectativa por las tramas venideras.

Ahora bien, en la historia, pensada como un drama histórico, el pasado es completamente relevante. En la serie televisiva, sin embargo, se dificulta dar más tiempo en pantalla a los eventos del pasado con tantas líneas argumentales que ocurren en el presente de dicho universo, es por esto que las referencias al pasado se efectúan a través de los diálogos de los personajes. Según García García (2013), construir el pasado de este modo, permite que el relato avance sin interrumpir el presente y da una idea de continuidad.

Lo que el espectador observa no es todo lo que existe, sino que esto forma parte de un entramado aún más vasto e inabarcable que se remonta a un lejano pasado. Este se reconstruye en los diálogos que también nos suelen adelantar futuros acontecimientos. En otras palabras, esta historia comenzó hace mucho tiempo y nosotros nos introducimos en ella siendo testigos de uno de sus episodios más importantes (García García, 2013, págs. 78,79).

VanDerWerff (2012) afirma que para adaptar el tiempo del discurso de las novelas de Martin al tiempo en pantalla, los guionistas han optado por tomar prestados elementos estructurales de las *soap operas* matutinas, estructura que también evidencian otras series de HBO como *Boardwalk Empire* y *Treme*. De acuerdo con esto, García García (2013) señala que los episodios de GOT no funcionan como unidades cerradas, por lo que, si se les consume de forma conjunta, conformarían un film de diez horas.

Generalmente las ficciones seriales toman la trama principal de la temporada y la fraccionan en partes más pequeñas, cada una de las cuales se desarrolla en un episodio. Esto permite que se pueda emplear una estructura tradicional de tres actos: inicio, nudo y desenlace, que si se ejecuta correctamente es imperceptible para el espectador. También algunas series se inclinan por el método de centrarse en un personaje por episodio, y luego gradualmente conectar estas líneas argumentales hacia el final de temporada. Debido a la multitud de personajes principales y escenarios que existen en GOT, es inviable dedicar un episodio a un solo personaje porque no alcanzarían a cubrirlos a todos y, al mismo tiempo, lograr que la trama avance con fluidez. De igual manera, la estructura de tres actos por episodio tampoco

resulta práctica en la adaptación de una novela río como ASOIAF al medio televisivo. Lo que se aprecia en la estructura de GOT es que las líneas argumentales se reparten equitativamente en los sesenta minutos aproximados que dura cada episodio, con lo que los espectadores logran ver un trozo de cada personaje cada semana. Aunque, cabe mencionar que los episodios dedican un poco más de tiempo en pantalla a ciertos personajes, que podríamos catalogar como líderes de cada arco narrativo. Además, cada parte intenta tener un *cliffhanger* para mantener el interés por cada línea argumental. Esta estructura permite que la trama avance y que los personajes se desarrollen de una forma orgánica, en la que cada línea argumental va aumentando la tensión de episodio en episodio, prometiendo, al final de cada entrega, que aún hay mucho más por descubrir.

Con relación al ritmo escénico, Mittell (2012) propone una cuantificación de las escenas por hora para medir el ritmo de las ficciones seriales, un factor que influye también en el tono del programa. Este autor califica como escena una acción continua en un mismo tiempo y espacio, así como un montaje, aunque involucre otros lugares y tiempos. Además, compara el número de escenas con el número de tramas individuales o combinaciones de personajes. A estas correlaciones las denomina 'focos'. Para este ejercicio, Mittell selecciona el capítulo *Valar Morghulis*, final de la segunda temporada de GOT y lo compara con otros capítulos de series en horario estelar, así como un capítulo de una *soap opera* en horario diurno. En comparación con las demás ficciones seriales, GOT tiene menos escenas por hora, y en contraste, presenta más focos que cualquiera de las series examinadas¹²⁵. Esto significa que su ritmo es muy lento para emitirse en cuotas semanales. GOT tiene muchas líneas argumentales que tienden a desvanecerse en la memoria del espectador por la escasa presencia de cada una durante el episodio, y por el lapso entre emisiones para seguirlas. Esta estructura se deriva de su texto fuente, en el cual las secuencias largas se dividen entre los capítulos. Para el lector de la saga literaria esto no representa

¹²⁵ Para conocer las cifras arrojadas por este análisis véase Mittell (2012) *The Scenic Rhythms of Game of Thrones*. Just TV. Recuperado de <https://justtv.wordpress.com/2012/06/05/the-scenic-rhythms-of-game-of-thrones/>. Última consulta realizada el 04 de abril de 2017.

ningún inconveniente, ya que es quien controla el tiempo narrativo. En televisión, esto podría compensarse en parte con la práctica del *binge viewing*, al consumir episodios seguidos, el espectador logra hacer las conexiones pertinentes y mantener así el interés.

A medida que la serie fue avanzando, los episodios comenzaron a reducir el fraccionamiento, dedicando más tiempo en pantalla a los personajes líderes de cada arco narrativo. Aunado a ello, podemos constatar en las temporadas más recientes que los guiones para la serie televisivas se alejaron aún más de las novelas, y fueron creando tramas originales con el fin de cohesionar líneas que, en el texto original, se encontraban dispersas en distintos personajes.

The Walking Dead

Para comenzar a hablar de la temporalidad de TWD, es importante destacar que en esta historia existe un antes y un después. Esto pone énfasis en que el presente que vamos a presenciar es completamente distinto a lo que conocemos y no hay vuelta atrás. El título del primer episodio de la serie *Days Gone Bye* (Los días de que no volverán) resume esta idea.

Peaty (2014) considera que TWD es un relato sobre el tiempo; sobre cómo una 'monstruosa intemporalidad' pone en peligro el pasado y el futuro, a la vez que amenaza con borrar el presente. Según esta autora, la serie refleja los miedos contemporáneos sobre la mortalidad, la ontología y el cambio:

...la serie subraya la importancia de marcar el tiempo en el mantenimiento de la identidad, el orden y la humanidad misma. Describiendo un mundo colapsado aparentemente más allá de la reparación, *The Walking Dead* nos muestra personas que están luchando contra el "fin de los tiempos", un momento liminar que marca el desenlace de la historia humana¹²⁶ (Peaty, 2014, pág. 186).

¹²⁶ En el original: the series underscores the importance of marking time in the maintenance of identity, order, and humanity itself. Depicting a collapsed world seemingly beyond repair, *The Walking Dead*, features people who are

El despertar de Rick Grimes en el hospital, a un mundo surreal que parece suspendido en el tiempo, marca el día cero de la línea temporal del discurso narrativo de la serie. A partir de allí, la historia se va relatando hacia adelante. Los escasos atisbos al pasado a través de los diálogos de los personajes, y las contadas analepsis que describen los eventos preapocalípticos, buscan justificar o explicar el proceder de los personajes en el presente.

Según Peaty (2014) en un mundo a la deriva, como el descrito en TWD, recordar con nostalgia el pasado es una forma de resistirse a la realidad y aunque los personajes, entre más tiempo transcurre más se hacen a la idea de que nada nunca volverá a ser como antes, es a partir de su contexto que pretenden configurar el futuro.

Aunque los días meses y años no gobiernan los remanentes de la sociedad humana, estos continúan teniendo significancia emocional [...] En *The Walking Dead*, involucrarse con una historia personal sirve para darle un sentido de trayectoria significativa – enfatizando que el tiempo se mueve hacia adelante. Si el pasado puede mantenerse vivo, si todavía existe, seguro entonces el/un futuro debe existir. El tiempo debe ser activo; el “ahora” debe ir hacia alguna parte¹²⁷ (Peaty, 2014, págs. 190,191).

El discurso incurre también en algunas elipsis, por ejemplo, al inicio de la tercera temporada el grupo de Rick deambula buscando refugio durante un período de tiempo indefinido. También, entre el final de la tercera temporada y el inicio de la cuarta, hay un salto de tiempo indeterminado. La serie no suele utilizar prolepsis en su discurso, sin embargo algunos episodios como *Save the Last One* (2x03) y *18 Miles Out* (2x10) anticipan eventos que terminan ampliándose después en el mismo episodio.

fighting the long heralded “end of time” a liminal moment that signals the denouement of human history (Peaty, 2014, pág. 186).

¹²⁷ En el original: In *The Walking Dead*, a concern with personal history works to establish a sense of meaningful trajectory – emphasizing the forward motion of time. If the past can be kept alive, if it stills exist, surely the/a future must exist. Time must be active; the “now” must be going somewhere (Peaty, 2014, págs. 190,191).

Podemos identificar que la serie mantiene una estructura constante a lo largo de sus temporadas, pero algunos capítulos proponen estructuras distintas. Por ejemplo, el primer episodio de la sexta temporada, *First Time Again*, utiliza anacronías en su discurso, yendo hacia atrás y hacia adelante continuamente, utilizando el blanco y negro para diferenciar las secuencias del pasado de las del presente¹²⁸. Otro episodio que narra los eventos en desorden cronológico es el final de la séptima temporada *The First Day of the Rest of Your Life*. Cabe aclarar que estas alteraciones temporales en episodios singulares, no afectan la temporalidad de la serie en general.

TWD incluye por lo general entre tres y cuatro líneas argumentales por episodio, e intercala secuencias largas que van aumentando el suspenso hasta llegar a un desenlace que en ocasiones es inesperado. Otras veces las secuencias solo acumulan tensión y luego la liberan sin mayor impacto en la trama. Pero como se mencionó previamente, los planteamientos singulares de los capítulos pueden presentar innovaciones en el discurso. El capítulo que dio inicio a la séptima temporada, *The Day Will Come When You Won't Be*, se dedicó a una sola línea argumental que reunía a la mayor parte del elenco, enfocándose en aumentar el suspenso y la tensión. Esta línea argumental involucraba la introducción de un nuevo y más temible villano, Negan, y la muerte de un miembro importante del reparto.

3.1.4 Personajes

Game of Thrones

GOT se caracteriza por la gran cantidad de personajes que integran las líneas argumentales. Aunque la serie haya reducido el número de personajes que contiene

¹²⁸ Comentario de Gregory Nicotero, director del episodio, acerca de utilizar imágenes a blanco y negro: We always knew there was gonna be a visual cue. [...] the idea that it was probably gonna be desaturated flashbacks, and then oversaturated present. [...] The trick was when we did it, we looked at it, and it looked like The Wizard of Oz. Our world is not oversaturated, our show is not oversaturated. So when you saw the really vibrant greens of the forest, it made the world look too alive. First thing we noticed when we looked at it was, "Wow, the zombies, they don't look dead anymore," because now that pale color has been accentuated [...] The black and white also does harken back to the graphic novel, and I think that's why those black and white flashbacks work. Véase la entrevista completa en: Ross (2011) *Walking Dead director Greg Nicotero on the alternate version of the premiere you DIDN'T see*. EW.com. Recuperado de: <http://ew.com/article/2015/10/11/walking-dead-season-6-premiere-greg-nicotero-alternate-version/>. [Consulta realizada el 05 de abril de 2017].

la saga literaria, el reparto igualmente es uno de los más extensos de las ficciones televisivas actuales. Quizá la mejor manera de organizar a los personajes de esta historia sea a través de su linaje, el cual a su vez, se encuentra estrechamente ligado a una espacialidad particular dentro de este universo narrativo. La presencia de varias casas nobles en la serie televisiva, según Cobo Durán (2013) constituye «uno de los elementos más interesantes desde el prisma del guión audiovisual, ya que la estructura narrativa de una serie coral debe sustentarse en un completo y elaborado plantel de personajes que se desarrollen coherentemente» (Cobo Durán, 2013, pág. 337). Además, la descripción detallada del árbol genealógico (noción importante en el subgénero) enriquece la construcción de los personajes. Gracias a este contexto, se logra que se aprecien más sólidos y verosímiles.



Figura 30. Emblemas de las Casas Nobles de Poniente más relevantes en los eventos de la serie. Fuente: Juego de Tronos en los Siete Reinos. Enlace: <http://www.juegodetronosenlossietereinos.com>

Las casas nobles con mayor presencia en la historia son: Stark, Lannister y Targaryen. Los Stark proceden del norte del continente, del reino de Invernalía (Winterfell). El lema que acompaña a esta casa es “se acerca el invierno” (*Winter is coming*) y su emblema exhibe un mítico lobo huargo. Los Lannister proceden de Roca Casterly (*Casterly Rock*) una rica región en la costa oeste de Poniente, pero durante los eventos narrados en GOT se asientan en la capital de los Siete Reinos, Desembarco del Rey (*King’s Landing*). Su lema es “Oye mi rugido” (*Hear me roar*) y en su emblema se aprecia un

león rampante. La Casa Targaryen, proveniente de la isla Rocadragón (*Dragonstone*) reinó sobre Poniente por casi trescientos años hasta los eventos conocidos como *La Rebelión de Robert* o la *Guerra del usurpador*, lo cual supuso el traspaso de poder a la Casa Baratheon, suceso previo a los eventos narrados en la serie. Su lema es “Fuego y Sangre” (*Fire and Blood*) y su emblema luce un dragón de tres cabezas.

A lo largo de la serie se evidencia que, tanto el territorio relacionado con cada casa, como su blasón y lema, influyen en el carácter de sus miembros. Los Stark parecen impasibles ante las adversidades, que afrontan con valor y tenacidad; se les ve actuar con nobleza y honor. A los Lannister se les considera astutos y ambiciosos; actúan con preeminencia. Su lema no oficial “Un Lannister siempre paga sus deudas” «hace alusión directa a las enormes riquezas que posee la casa y a lo vengativos que resultan ser» (Cobo Durán, 2013, pág. 349). A los Targaryen se les asocia con el poder, y su carácter apasionado puede conquistar con magnanimidad o con vileza. A propósito de su estirpe, el rey Jaehaerys II, personaje de la saga literaria, menciona: «Locura y grandeza son dos caras de la misma moneda y cada vez que un Targaryen nace, los dioses lanzan la moneda al aire y el mundo aguanta la respiración para ver de qué lado caerá¹²⁹».

Al estar inspirada en una saga épica fantástica, GOT presenta arquetipos propios del subgénero, pero al mismo tiempo subvierte algunos. En los roles femeninos encontramos por ejemplo una madre que, aunque ama a sus hijos, no es bondadosa en lo absoluto; Cersei Lannister, a quien la maternidad no le impide desarrollarse como individuo con sus propias metas. También encontramos damas que se cansan de esperar a ser salvadas por caballeros y toman las riendas de su destino, como Sansa Stark, o que aparentan acatar su rol sumiso en la corte pero son astutas y ambiciosas como Margaery Tyrell y su abuela Olenna. Guerreras como Brienne de Tarth y Arya

¹²⁹ Jaehaerys II es un personaje de la saga literaria que no fue incluido en la serie televisiva. En el noveno capítulo de la primera temporada de GOT, titulado *Baelor*, el maestre Aemon menciona: “Mi padre era Maekar, el primero de su nombre. Mi hermano Aegon; reinó tras él cuando yo renuncié al trono. Y fue seguido por su hijo Aerys, a quién llamaban el rey loco”. Con este diálogo se quiso acercar el parentesco entre Daenerys Targaryen y el maestre Aemon, dándole a éste último línea directa con Aegon, eliminando así a Jaehaerys II. Otras reducciones de este tipo tuvieron que hacerse al adaptar las novelas a la televisión, para facilitar al espectador la comprensión del contexto histórico de los personajes.

Stark, que no lucen como una fantasía erótica masculina (tipo Red Sonja de Conan el Bárbaro o Lathgertha de la serie *Vikings*), las cuales además, a pesar de ser diestras en la batalla, se ven obligadas a demostrar su valía constantemente. Asimismo, hay amantes que, lejos de ser acompañantes sumisas de los hombres, son fuertes e independientes como Catelyn Stark o la salvaje Ygritte.

En los roles masculinos encontramos apuestos caballeros de brillante armadura que resultan ser viles y emocionalmente dependientes como Jaime Lannister, o que contradicen el estereotipo de este oficio pues son homosexuales, como Renly Baratheon y Loras Tyrell. También vemos guerreros salvajes aparentemente despiadados que terminan siendo románticos esposos, como en el caso de Khal Drogo, e incluso descubrimos que a los héroes no los protege la buena fortuna, y que pueden morir sin alcanzar la gloria.

A propósito de esta subversión, un aspecto relevante en GOT es la escasa seguridad que tiene la audiencia sobre la supervivencia de los protagonistas. Las muertes injustas, tan reales, de personajes que encabezan los créditos, son un tema recurrente en la serie, lo que consigue que la trama resulte impredecible. Blanc (2012) reflexiona sobre el fatal destino del personaje Eddard Stark, Señor de Invernalía, interpretado por el actor Sean Bean¹³⁰, a quien reconoce como el arquetipo del héroe. Sin duda, un giro argumental que captó el interés de la audiencia desde la primera temporada.

Eddard Stark ha sido concebido como un héroe trágico más, como un verdadero personaje de saga, pero se le ha negado la vida más allá de las primeras páginas, más allá de los primeros compases de una historia que presuponemos muy, muy larga (Blanc, 2012, pág. 94).

Ahora bien, cuando el héroe muere en un escenario de fantasía épica cabe la posibilidad de que no sea un evento definitivo. Sin embargo, precisamente porque GOT añade a la fórmula tintes de realismo, la audiencia no sabe qué esperar. La quinta temporada finalizó con la muerte del supuesto hijo ilegítimo de Eddard Stark, Jon

¹³⁰ Este actor es recordado por la audiencia por encarnar personajes con destinos fatales.

Nieve, un personaje principal, líder del arco narrativo desarrollado en las tierras más allá de El Muro, y aunque la trama incluye incluso muertos reanimados por medio de la magia, gran parte de la audiencia llegó a pensar que este sería otro deceso trágico para la noble familia Stark. Durante el lapso entre temporadas, muchas teorías se tejieron alrededor del personaje, y algunos espectadores de la serie se volcaron a las novelas en busca de respuestas. Finalmente, la sexta temporada reveló el regreso de Jon de entre los muertos¹³¹, construyéndole un destino mítico e instando a que se desarrollaran más teorías entre el público.

Ahora bien, algunos personajes de GOT se corresponden con el arquetipo del villano, son completamente amorales y despreciables como Joffrey Baratheon, o Ramsay Bolton¹³². Pero otros, en consonancia con las ficciones contemporáneas, habitan en un área gris, sus acciones pueden ser cuestionables en ocasiones, y esto precisamente es lo que los hace atractivos para la audiencia, son los denominados antihéroes.

En GOT, el antihéroe favorito de la audiencia es Tyrion, el menor de los hermanos Lannister, un alcohólico licencioso, cuya principal virtud es la facilidad de palabra y la rapidez de pensamiento. Aunque no le falta valentía, haber salido con vida de la Batalla de Aguasnegras¹³³ es prueba de que ha nacido con suerte a pesar de ser un enano. Tyrion pertenece a una de las familias más ricas de los Siete Reinos y usa su vasta

¹³¹ Véase Hooton (2016) *Jon Snow: Alive or dead? Game of Thrones season 6 episode 2 finally had the answer*. Independent UK. Recuperado de: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/jon-snow-alive-or-dead-game-of-thrones-season-6-episode-2-finally-had-the-answer-a7009541.html>. [Consulta realizada el 10 de abril de 2017].

¹³² Véase Egner (2016) *Ramsay Bolton of 'Game of Thrones' Is the Most Hated Man on TV*. The New York Times, Recuperado de: https://www.nytimes.com/2016/04/24/arts/television/ramsay-bolton-of-game-of-thrones-is-the-most-hated-man-on-tv.html?_r=0. [Consulta realizada el 11 de abril de 2017].

¹³³ Esta batalla tuvo lugar en el noveno episodio de la segunda temporada titulado *Aguasnegras* (en inglés *Blackwater*) estrenado el 27 de mayo de 2012. Fue escrito por el propio George R. R. Martin quien aseguró que el guion para televisión fue más complicado de escribir debido a restricciones presupuestarias. Dentro de la estructura de GOT es un episodio inusual, puesto que se centra en un evento central y muestra pocos personajes otorgando protagonismo a Tyrion.

fortuna para alimentar sus vicios; prostitutas, alcohol y libros. En un diálogo con Jon Nieve, Tyrion reflexiona sobre sí mismo:

Tengo una comprensión realista de mis propias fortalezas y debilidades. Mi mente es mi arma. Mi hermano tiene su espada, el rey Robert tiene su martillo de guerra, y yo tengo mi mente... una mente necesita libros como una espada necesita una piedra para mantenerse afilada. Es por eso que leo mucho, Jon Nieve¹³⁴ GOT. T1, E2.

Una de las escenas más recordadas por la audiencia, punto de inflexión en la línea argumental del personaje, es el discurso de Tyrion durante el juicio por el asesinato de su sobrino el Rey Joffrey (GOT, T4, E6 *The Laws of Gods and Men*). Este acto consigue resumir el carácter moral del personaje e inclinar la lealtad del público a su favor, también le valió al artista que le interpreta, Peter Dinklage, un premio Emmy a mejor actor de reparto en serie dramática¹³⁵.

Mittell (2012-2013) señala que, según la ética propuesta en el universo narrativo de la serie, los antihéroes resultan menos reprobables que otros personajes, y en ese sentido, consiguen conectar con la audiencia. Rochibaud (2012) considera a Tyrion «uno de los personajes más complejos e irresistibles que jamás haya aparecido en una serie fantástica» (Rochibaud, 2012, pág. 154) y lo postula como subterfugio perfecto para plantearnos reflexiones sobre la moralidad.

La construcción de personajes complejos es posible gracias a la extensión temporal concedida por el formato serial. De este modo, podemos ser testigos de una evolución más orgánica de su carácter. El arco de transformación del personaje de Daenerys es ejemplo de ello, la sobreviviente de la Casa Targaryen vive un proceso de crecimiento personal que la lleva a adquirir todas las cualidades de una heroína «Daenerys resulta

¹³⁴ En el inglés original: "I have a realistic grasp of my own strengths and weaknesses. My mind is my weapon. My brother has his sword, King Robert has his warhammer, and I have my mind... and a mind needs books as a sword needs a whetstone, if it is to keep its edge. That's why I read so much, Jon Snow" Tyrion Lannister GOT T1, E2.

¹³⁵ Considerado por sus seguidores uno de los mejores momentos de la serie, el discurso de Tyrion en el que demanda el famoso juicio por combate, tiene millones de visualizaciones en la plataforma Youtube y contiene subtítulos en varios idiomas. Véase GameofThrones. [GameofThrones]. (12, de mayo de 2014). Game of Thrones Season 4: Episode #6 Clip - Tyrion's Breakdown (HBO) [Archivo de video]. Recuperado de http://www.youtube.com/watch?v=uvX4k_3Cmvs

una figura mesiánica y maternal, que, gracias a sus dragones y sus ideas sobre los derechos humanos básicos (en contra de la esclavitud y la crueldad), pone en peligro los cimientos de otros sistemas de gobiernos más injustos» (López Rodríguez & García, 2013, pág. 220). Asimismo, en consonancia con el subgénero de fantasía épica, podemos identificar en este personaje el monomito del viaje del héroe¹³⁶ (Campbell, 1949 [1959]). El primer encuentro de los televidentes con el personaje coincide con su *llamado a la aventura*. La vida de Daenerys cambia cuando es prometida en matrimonio por su hermano mayor a un Khal de los Khalasar, grupo Dothraki nómada, a cambio de los medios para restaurar su dinastía. *La ayuda sobrenatural* le sobreviene el día de su boda al recibir como regalo tres huevos de dragón petrificados, criatura considerada extinta. *El cruce del primer umbral* tiene lugar al momento en que sobrevive al fuego y nacen sus dragones. *Las distintas pruebas* las reconocemos a lo largo de su viaje de regreso a Poniente, durante el cual debe enfrentarse a varios enemigos a la vez que logra formar su ejército. Estos son los estadios que el personaje ha recorrido hasta el momento en la serie de televisión, y que podemos asociar con las etapas del viaje del héroe. Aún nos queda ser testigos de otras fases en su desarrollo, como la *apoteosis*, el recibimiento del *don final*, así como el *cruce del umbral de retorno*, suponiendo con ello que Daenerys logra ocupar el Trono de Hierro, lo que significaría el regreso de su estirpe al poder.

The Walking Dead

En las narrativas de horror es usual prescindir de una concienzuda construcción de los personajes, salvo que se trate del ente maligno que desencadena los eventos. Los demás a grandes rasgos cumplen el rol de víctimas. Si bien se les conceden ciertas virtudes para generar simpatía en los espectadores, su desarrollo no llega (ni pretende) sobrepasar ese nivel. En la temática zombi desprendida de *The Night of The Living Dead* (Romero, 1968) el protagonismo se vuelca sobre los personajes, porque en conjunto representan a la humanidad que lucha por sobrevivir, aunque como individuos siguen siendo representaciones de arquetipos y además van descartándose

¹³⁶ Otros personajes que sufren arcos de transformación de este tipo en la serie son Arya Stark y Jon Nieve.

rápidamente a lo largo de la trama. Gracias a la serialidad del formato, TWD logra profundizar en cada personaje, y a través de esta construcción, aporta nuevos matices al subgénero.

Los personajes en *The Walking Dead* no son solo personajes; son gente. Están aterrados y están moralmente asqueados, anhelan la liberación, aman a sus hijos, y harán cualquier cosa para proteger a sus familias. En otras palabras, a diferencia de las marionetas de la mayoría de los libros y películas de zombis, estas personas actúan como... bueno... *gente real*.¹³⁷ (Bonansinga, 2011, pág. 57).

En el contexto en el que los personajes se desenvuelven, los zombis parece ser el menor de los males. La muerte es la quintaescencia, la lucha por la supervivencia es una batalla perdida pues todos están condenados a una muerte antinatural, y no en un futuro lejano, si no en cualquier momento.

Podríamos imaginar a los personajes de la serie como réplicas de Robinson Crusoe, supervivientes de un naufragio mundial, tratando de recrear la civilización que ya no es. Pero no sería una analogía correcta. Más nos acercaríamos comparándolos con aquellos jugadores de rugby uruguayos, inmortalizados en el libro y posterior película *¡Viven!*, que aislados en las heladas alturas de los Andes eligen dejar de lado el tabú y recurrir al canibalismo para sobrevivir. Aquí creo que reside el punto fuerte de *The Walking Dead*: una vez que la sociedad capitalista del siglo XXI ha desaparecido, los personajes no intentan reconstruir su vida anterior, no pueden. Sólo les queda luchar por no morir, por no ser mordidos (Labra, 2011, pág. 99).

Los productores son conscientes de que gran parte del éxito del producto televisivo recae en los personajes, los cuales, en armonía con las narrativas para televisión actuales, conectan íntimamente con la audiencia. Gleen Ann Hurd, productora de esta serie, no duda en afirmar que, más que el atractivo por la violencia y las escenas sangrientas, el programa es impulsado por los personajes, los zombis están para

¹³⁷ En el original: The characters of *The walking Dead* are not mere characters; they are people, they are terrified, and they are morally sickened, and they long for deliverance, and they love their children, and they will do anything to protect their families. In other words, unlike de marionettes of most zombie books and movies, these people act like...well...*real people* (Bonansinga, 2011, pág. 57).

hacerles reaccionar, y la gente responde positivamente a esta interacción gracias al sobresaliente trabajo del elenco.

Te enamoras de los personajes. Como audiencia, podemos identificarnos con ellos y las elecciones morales que tienen que hacer [...] No hacemos las cosas con fines gratuitos. Se trata de llevar a nuestros personajes a la vida y el servicio de la narrativa [...] la audiencia será capaz de ver las diferencias entre los personajes, mostrando cómo responden a cosas horribles¹³⁸ (Fahy, 2015, pág. 97).

De la primera a la séptima temporada han desfilado una gran variedad de personajes. Como cabía esperar, muchos han fallecido e incluso algunos se han transformado en zombis. Los fans del sitio web *The Walking Dead Wiki* han creado una completa infografía, que organiza a los personajes según la zona en que aparecieron por primera vez e identifica si continúan con vida hasta la temporada más reciente.

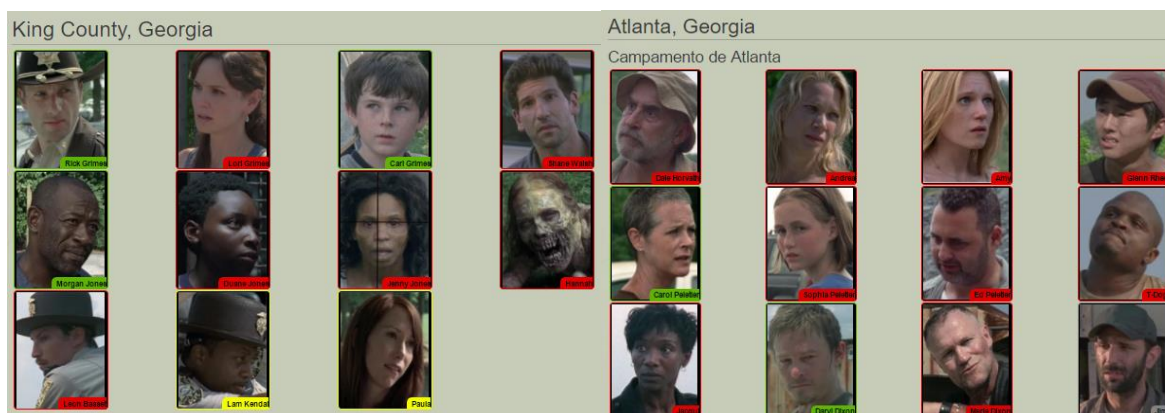


Figura 31. Algunos personajes de TWD relacionados por primeras apariciones y estatus de supervivencia. Color verde: el personaje está vivo. Rojo: muerto. Amarillo: ubicación desconocida. Fuente *The Walking Dead Wiki*.

La serie parte con un destacado protagonismo del personaje de Rick Grimes, pues es desde su perspectiva que comienza la narración de la historia, y un antagonista sin una marcada caracterización de villano. Pronto la serie comienza a estructurarse en

¹³⁸ En el original: You fall in love with the characters. As an audience, we can identify with them and the moral choices they have to make [...] We don't do things to gratuitous ends. It is all about bringing our characters to life and servicing the story [...] you are also able to see the differences among characters by showing how they respond to horrible things (Fahy, 2015, pág. 97).

torno a un reparto coral, y, a partir de la tercera temporada, a tener en el rol antagonista a un villano supremo. En la séptima temporada, emitida entre 2016 y 2017 podemos identificar un reparto coral integrado por doce personajes, acompañados de siete personajes recurrentes.

En esta serie también es habitual que la audiencia tenga que decirles adiós a personajes con los que habían desarrollado una gran empatía. El caso más sonado es el de Glenn Rhee, un personaje que formó parte del reparto desde la primera temporada y cuya evolución, de adolescente intrépido que aligeraba la densidad del drama, a hombre maduro y combatiente altamente cualificado, le valió el favoritismo del público.

Glenn entra en la ficción como salvador del protagonista, ganándose así un lugar en el bando de “los buenos”. Al principio se nos presenta como la cuota humorística (lo poco que se podía permitir el tono de la serie), un personaje entrañable, sí, pero quizá prescindible a corto plazo. Sin embargo, consigue alinearse con el público demostrando cualidades admirables: inteligencia práctica, voluntad para asumir riesgos, y sobre todo integridad. Rick es el héroe declarado, antes del apocalipsis era un alguacil con entrenamiento en armas y dotes de liderazgo, está más dispuesto a dejar su conciencia de lado si algo moralmente cuestionable tiene que hacerse por el bien del grupo. Glenn, por otra parte, era un repartidor de pizza, que aprovecha el fin del mundo en su crecimiento personal; es un héroe sin buscarlo, una persona común con la cual la gente se identifica.

Aunque en el cómic se anunciaba su asesinato a manos del infame villano Negan, una gran parte de la audiencia televisiva no estaba familiarizada con ello y además, la serie había demostrado apartarse de su fuente de inspiración. Asimismo, el personaje ya se había dado por muerto durante cuatro capítulos en la sexta temporada, pero al final había resultado ileso, como tantas otras veces. Su muerte, que tomó por sorpresa a los seguidores de la serie porque le consideraban inmune, fue una brillante estrategia de los guionistas.

Glenn fallece pero la temporada finaliza con un mensaje esperanzador acerca su legado. Su esposa Maggie y futura madre de su hijo, se encarga de reforzar su imagen heroica, así como la importancia de su influencia en la nueva sociedad que están construyendo:

La decisión se tomó hace mucho tiempo, antes de que ninguno de nosotros nos conociéramos. Antes del fin del mundo éramos desconocidos que se habrían cruzado en la calle, y ahora significamos todo los unos a los otros. Estabas en problemas, estabas atrapado, Glenn no te conocía, pero él te ayudó, se arriesgó por ti y eso empezó todo. Desde Atlanta, a la granja de mi papá, a la prisión, hasta aquí, hasta este preciso momento, no como extraños, como familia, porque Glenn decidió ayudarte hace mucho tiempo, esa fue la decisión que cambió todo. Comenzó con ustedes dos y creció hacia el resto de nosotros. Sacrificarnos el uno por el otro, sufrir, defendernos, llorar, dar, amar, vivir, luchar el uno por el otro. Glenn tomó la decisión, Rick, yo sólo estoy siguiendo su ejemplo¹³⁹ (Maggie, T7, E16 *The First Day of the Rest of Your Life*).

TWD se fundamenta en sus personajes, y en ese sentido, es una serie que se construye a partir de arcos de transformación profundos. Aquellos con más tiempo en pantalla han logrado un proceso más completo. Carol por ejemplo, personifica la transformación de una víctima de violencia intrafamiliar a una mujer fuerte e independiente. Carl es apenas un niño al comienzo de la serie, pero tras siete temporadas se ha convertido en un adolescente maduro, encarnando el futuro del mundo tras el apocalipsis. Hopkins (2011) considera a este personaje el verdadero protagonista de la serie, no desde el deseo de que sea el último sobreviviente, sino porque es un inmigrante del mundo preapocalíptico y conserva estas raíces, pero al

¹³⁹ En el original: The decision was made a long time ago, before any of us knew each other. We were all strangers who would've just passed each other on the street before the world ended. And now we mean everything to each other. You were in trouble. You were trapped. Glenn didn't know you, but he helped you. He put himself in danger for you. And that started it all, from Atlanta, to my daddy's farm, to prison, to here, to this moment now. Not as strangers, as family. Because Glenn chose to be there for you a long time ago, that was the decision that changed everything. It started with both of you, and it just grew. All of us. To sacrifice for each other. To suffer, to stand, to grieve, to give, to love, to live, to fight for each other. Glenn made the decision, Rick. I was just following his lead (Maggie, T7, E16 *The First Day of the Rest of Your Life*).

mismo tiempo aprende con naturalidad las habilidades necesarias para sobrevivir en el nuevo mundo, así como la nueva moralidad que se requiere.

3.1.5 Universo narrativo

Si bien el universo narrativo o *storyworld* comprende tanto eventos como personajes y temporalidad, este apartado se enfocará en describir la espacialidad y su ineludible interacción con los otros elementos narrativos mencionados, que ya fueron abordados individualmente en este análisis.

Game of Thrones

Para comenzar debemos tener presente que GOT no es solo una serie de fantasía, también contiene elementos de ficción histórica. Esta propuesta «se desarrolla dentro de la corriente actual hacia modelos de ficción híbridos en un espacio televisivo en el que la pureza genérica ha dejado de estar vigente» (Raya Bravo, 2013, pág. 153). La versión para televisión logra plasmar en detalle el mundo descrito por George R.R. Martin, permitiendo el acceso a aquellos no familiarizados con la obra literaria.

Barrientos Bueno (2013) identifica referentes pictóricos en la puesta en escena de esta serie, como el paisajista romántico Caspar David Friedrich, e imaginarios audiovisuales del medioevo que van desde Excalibur hasta la trilogía de El señor de los anillos. Además, según esta autora, la directora de arte Gemma Jackson, supervisora de diseño de GOT de 2011 a 2013, buscó recursos artísticos y estilísticos para crear un mundo no visto hasta ahora en las series de televisión, desde las pinturas rupestres de Lascaux (Francia) pasando por tribus tibetanas y pueblos esquimales hasta influencias africanas y asiáticas, para dar vida a los diversos territorios expuestos en pantalla.

En este mundo ficticio, los personajes habitan en escenarios y costumbres similares a la Europa medieval de «estética *feista* sombría, oscura y mugrienta» (Barrientos Bueno, 2013, pág. 374), en estepas heladas y en locaciones exóticas que evocan al mediterráneo y el oriente medio. Dentro de este universo, la magia y los animales

fantásticos, considerados extintos, están empezando a renacer, y los veranos y los inviernos se extienden por décadas. La saga literaria es la que sin duda proporciona una información más completa de la geografía de dicho mundo, sin embargo, para contextualizar al espectador, la serie de televisión ofrece en sus créditos de apertura un recorrido en 3D por los territorios donde se desenvuelve la historia, de una estética artesanal y mecánica que recuerda a Da Vinci (Pérez de Algaba Chicano, 2013). Esta animación, cabe mencionar, ha sido premiada con un Emmy en 2011 y es ya una referencia en la cultura popular¹⁴⁰.

El retrato detallado logra que el mundo posible que plantea la historia sea verosímil; un mundo de fantasía en el que coexisten diversas agrupaciones humanas, algunas en una estasis medieval, con una forma de gobierno vagamente feudal, y otras prehistóricas, tribus bárbaras que viven en clanes, y que constituyen una amenaza para los primeras.

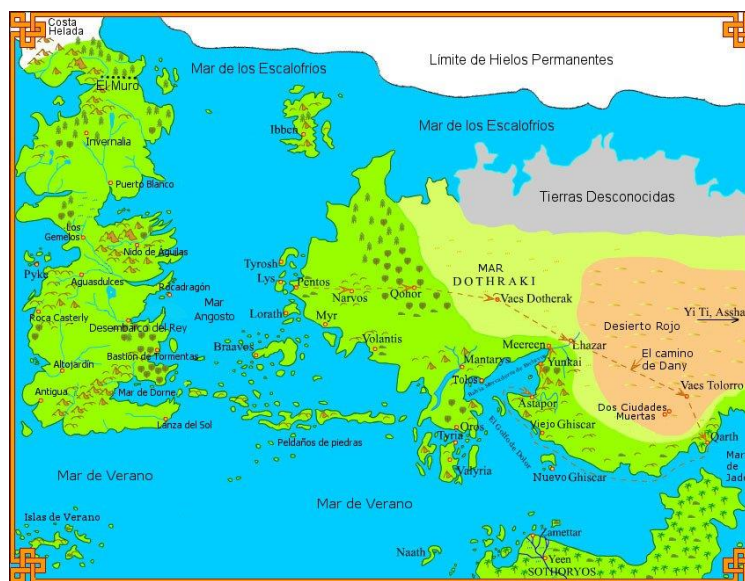


Imagen 32. Mapa de Poniente y Essos¹⁴¹. Fuente: <http://jdet.galeon.com/mapas.htm>

¹⁴⁰ Véase *The Simpsons S23E15 intro a Game of Thrones Parody* [Archivo de video]. <http://www.zappinternet.com/video/TuNIDexQus/The-Simpsons-S23E15-intro-a-Game-of-Thrones-Parody/>

¹⁴¹ Véase mapa interactivo de Poniente y el resto de mundo conocido en GOT y ASOIAF <https://quartermaester.info/>

El mapa fantástico que nos guía es de inspiración eurocentrista: el océano está a la izquierda, el norte es frío, el sur es cálido, y en el este habitan pueblos nómadas. Desde el primer episodio se nos presenta una zona prohibida, una vasta taiga conocida en la serie como *the haunted forest* (lugar común del subgénero cabe decir) con bosques sombríos de árboles altos y robustos que alguna vez fueron el hogar de criaturas fantásticas. En los páramos inhóspitos habitan tribus salvajes que visten pieles de animales, gigantes y fauna prehistórica como los mamuts o los lobos gigantes (*canis dirus*), que en la serie se denominan lobos huargos. Más allá se cierne la amenaza de los caminantes blancos y un ejército de muertos reanimados. La descripción de este territorio concuerda con un patrón narrativo conocido como *Grim Up North*, que describe el ascenso de una amenaza siniestra proveniente del norte.

Para contener aquel peligro existe una construcción ancestral e imponente, El Muro (*The Wall*) que también establece una barrera entre el mundo 'civilizado' de Poniente y las tierras salvajes. El Muro se corresponde con una convención narrativa denominada *Monumental View*, una locación geológicamente imposible, a la cual podríamos asignarle también el papel de frontera entre lo mágico y lo real. La defensa de esta inmensa fortificación recae en La Guardia de la Noche, formada por bastardos de apellidos nobles y criminales que optan por este destino para no enfrentar la pena de muerte. Pérez de Agalba (2013) confiere a este espacio la representación del no-lugar fantástico, pues quienes lo habitan dejan atrás el pasado, pierden relación con el exterior y pasan al anonimato.

Al sur de este escenario encontramos Invernalía, considerada la capital del norte y asentamiento ancestral de la Casa Stark. Este espacio se relaciona con un recurso narrativo denominado el hogar perdido del héroe (*doomed hometown*). En las sagas épicas es común que el hogar del héroe sea usurpado. El castillo de Invernalía tuvo que lucir en dos ocasiones estandartes de casas antagonistas, Greyjoy y Bolton, pero en la sexta temporada, Jon Nieve y Sansa Stark logran recuperar su hogar.

Más hacia el sur, sobre el caudaloso río Tridente, se erige el puente de la Casa Frey, atravesarlo es la única forma de llegar al sur de Poniente por tierra. En la primera

temporada, Robb Stark es forzado a comprometerse con una hija de Walder Frey, quien ostenta el título de Señor del Cruce, para que éste autorice a su ejército a cruzar el puente, cuya ubicación estratégica permitirá que ganen la batalla. Robb Stark no honra su promesa y Lord Frey cobra venganza de forma brutal en el evento conocido como La Boda Roja. El anciano Frey recuerda un motivo narrativo, el del troll hostil que custodia un puente y pone pruebas a los caballeros para permitirles el paso, si no las cumplen las consecuencias son funestas.

Al oeste del río Tridente, en el mar del Ocaso, encontramos un grupo de siete islas rodeadas de un mar tormentoso denominadas las Islas del Hierro. Este escenario agreste y sórdido concuerda con el carácter de los miembros de la Casa Greyjoy, cuyo lema es “nosotros no sembramos”. Los habitantes de estas tierras inhóspitas se dedican a saquear otros pueblos. Al hecho de tomar por la fuerza los bienes de otras regiones lo denominan “pagar el precio del hierro”.

Finalmente llegamos al corazón del continente, Desembarco del Rey, la máxima expresión del sistema feudal del universo narrativo de GOT. La capital de los Siete Reinos parece a lo lejos una ciudad brillante, coronada por un castillo resplandeciente, una descripción recurrente en el subgénero de fantasía épica.

Los colores cálidos que imperan en esta última contrastan con las frías tonalidades que pueblan los paisajes norteños [...] Varios son los personajes que experimentarían un cambio al trasladarse a la capital de Poniente, ciudad en la que el poder es ‘venerado’, como demuestra la sala que acoge el Trono de Hierro, lugar destinado al rey de los Siete Reinos y cuyo diseño refuerza su vinculación con lo sagrado. La ubicación central del trono dentro de la estancia y su iluminación a través de una gran vidriera denotan la importancia de este elemento dentro del universo de *Juego de Tronos*, donde en la lucha por el poder “ganas o mueres” (Pérez de Algaba Chicano, 2013, págs. 407,409).

Oldtown es la segunda ciudad más grande de Poniente, así como la más antigua. Allí encontramos otro lugar común en el subgénero de la alta fantasía, popular entre los eruditos de los mundos mágicos, una gran biblioteca que resguarda todo el conocimiento de dicho mundo. En la sexta temporada, el personaje de Samwell

consigue arribar a Citadel, también conocida como *House Hightower*, cuartel general de la Orden de los Maestros (sabios consejeros de los señores de los Siete Reinos) y logra cumplir su sueño de conocer la extraordinaria biblioteca que se extiende por varios niveles. Este escenario rememora la afamada Biblioteca de Alejandría. Incluso el edificio luce semejante Faro de Alejandría, una de las Siete Maravillas del Mundo Antiguo.

Al sur de continente encontramos el territorio de Dorne, gobernado por la Casa Martell. El reino más austral de Poniente cumple el convencionalismo narratológico de ser una tierra caliente con gente de temperamento caliente, su etnia se distingue del resto del continente. En la serie, la estética de este escenario evoca las culturas que se extienden por el mediterráneo, de hecho las locaciones seleccionadas por la producción para representar este reino fueron El Real Alcázar de Sevilla, y la Alcazaba de Almería, España¹⁴².

El Imperio Valyrio, que desapareció hace siglos pero que es mencionado frecuentemente a lo largo de la serie de televisión, se nos presenta en ruinas sumergidas, correspondiéndose con una convención del subgénero denominada *the advanced ancient acropolis*. Esto es, la última ciudad de un imperio que alcanzó altos niveles tecnológicos y/o poderes mágicos, lo que nos recuerda la mítica Atlántida. En su viaje al continente de Essos, Tyrion Lannister y Ser Jorah Mormont pasan por las ruinas de la capital Valyria, cuna ancestral de la magia, los dragones y la casa Targaryen.

Atravesando el océano encontramos las distintas regiones del continente de Essos, representadas en pantalla como poblados de oriente medio de aspecto árido y caluroso. En este lugar se desarrolla un concepto común en la narrativa de fantasía denominado *the horde from the east*, esto es, la amenaza proveniente de tribus bárbaras que siguen a caballo a un solo líder, el más fuerte, y que viven de asaltos a

¹⁴² Véase Ávila Villares (2016) *De Dorne a Vaes Dothrak: todos los escenarios de Juego de Tronos en Andalucía*. EL Diario. Recuperado de: http://www.eldiario.es/andalucia/pasaporte/Andalucia-reino-Dorne_0_555394843.html. [Consulta realizada el 17 de abril de 2017].

las caravanas de viajeros y del saqueo de ciudades. En la serie, los Dothraki son estos guerreros nómadas, que luego pasan a ser liderados por Daenerys Targaryen ("Los dothrakis solo persiguen la fuerza" le dice Ser Jorah Mormont a Daenerys) consiguiendo así el famoso título de *Khaleesi*. En su viaje desde el exilio hacia el Trono de Hierro, esta heroína logra conquistar las ciudades de Yunkai, Meereen y Astapor, liberando a sus esclavos, por lo que también recibe el nombre de "Rompedora de cadenas".

Tras familiarizarnos con el universo narrativo propuesto en GOT, podemos hacer ciertas conjeturas, por ejemplo, que las desoladas tierras del invierno eterno donde aguardan peligros desconocidos se asocian de manera axiológica al personaje de Jon Nieve, es decir, le confieren valores específicos a su personalidad y a sus acciones. De la misma manera operan las tierras de Essos en Daenerys Targaryen, quien posee un temperamento fuerte y apasionado. Asimismo, los conocedores del universo ASOIAF opinan que las referencias al *Hielo* y al *Fuego* en el título de la saga literaria les corresponden, por lo que se espera la confluencia de estos opuestos en el corazón del universo narrativo de GOT, el Trono de Hierro.

The Walking Dead

El mundo posible que nos plantea esta historia se abre con la pregunta ¿qué pasaría si ocurriera un apocalipsis zombi? De ahí en adelante materializa un concepto recurrente en la ficción: *The End of the World as We Know It*, el fin del mundo como lo conocemos, un recurso narrativo que puede extenderse incluso a sistemas planetarios y multiversos pero que en esta historia afecta a nuestro único hogar, La Tierra. Asimismo, la severidad del impacto que propone esta historia no alcanza a la extinción total de la especie humana, pero sí nos presenta una disrupción de la sociedad y el colapso de la civilización, retornándola a niveles preindustriales.

El texto matriz de la historia está inspirado en el universo narrativo creado por las películas de George A. Romero (Flint, 2010, pág. 105). La estética del cómic « es un homenaje a *La noche de los muertos vivientes*, una obra especialmente grata para

Kirkman¹⁴³» (Serrano Cueto, 2009, pág. 39). Si bien en pantalla el mundo de TWD se nos presenta a color, los tonos sombríos consiguen comunicarnos la atmósfera desoladora y agreste que reina en aquel mundo postapocalíptico.

Robert Kirkman, creador de la historia, en una entrevista en *Conan show*, afirmó que TWD transcurre en una realidad alterna, en la cual las personas no están familiarizadas con el concepto zombi derivado de *Night of the Living Dead (1968)*, y es por esta razón que los personajes principales los llaman *walkers*, (caminantes).

La cultura zombi es muy popular y queríamos evitar esa noción de “*hey, ¿por qué ese personaje no simplemente le dispara en la cabeza al zombi? Porque así ocurre en todas las películas que he visto*” así que quisimos dar la sensación de que en el universo de *The Walking Dead* la ficción sobre los zombis no existe. Sabes que nadie dentro de TWD ha visto un film de Romero y no pueden sacar de allí las reglas. Creímos que si la gente no usaba esa palabra la separación sería más clara¹⁴⁴ (Kirkman, 2016. Traducción propia).

Gale Ann Hurd, productora de esta serie de AMC, afirma que gracias a la labor de maquillaje de los zombis se consigue materializar la visión de este mundo, pues no considera que la técnica de imágenes generadas por computadora (CGI por sus siglas en inglés) aporte el realismo necesario, «queremos estar cerca» declara la productora (Fahy, 2015, pág. 94).

La diégesis de TWD nos planta directamente en el después del desastre, sin concedernos señales del fin del mundo, ni mostrarnos cómo comenzó todo. Sin embargo, en otra producción de AMC se nos permite conocer los eventos preapocalípticos emplazados en este universo narrativo, se trata de *Fear The Walking Dead*, estrenada cinco años después de la serie que nos ocupa. Esta serie nos

¹⁴³ Véase Robey, Tim (2013) George A Romero: Why I don't like The Walking Dead. The Telegraph. Recuperado de: <http://www.telegraph.co.uk/culture/film/10436738/George-A-Romero-Why-I-dont-like-The-Walking-Dead.html>. [Consulta realizada el 18 de abril de 2017].

¹⁴⁴ Véase Zombies Daily [ZombDay]. (7 de diciembre de 2016). Robert Kirkman Zombies Don't Exist In "The Walking Dead" World [Archivo de video]. Recuperado de <http://https://www.youtube.com/watch?v=itNJ02FS4Hg>

presenta otros personajes en locaciones distintas de Estados Unidos. Aunque sus eventos transcurren mucho antes que los relatados por TWD, la audiencia considera varias formas en que sus personajes podrían coincidir dentro de este universo narrativo¹⁴⁵.

Un patrón común en las narrativas sobre el fin del mundo, es que los eventos ocurren rápidamente, en cuestión de semanas o meses, sin dar tiempo a los personajes de prepararse. En TWD se utiliza el recurso del protagonista en estado de coma para hacer aún más chocante la adaptación de un mundo a otro. Es así como nos introducen a un lugar común del subgénero zombi, el hospital abandonado. Este escenario funciona como contexto a la vez que establece el tono de la narrativa y permite que el personaje, como el espectador, parta desde una completa inseguridad ontológica.

En este *thriller* de supervivencia los personajes van de un lugar a otro buscando salvaguardarse del peligro. El recorrido comienza en la ciudad de Atlanta que tras el apocalipsis luce completamente desolada y en ruinas, recreando así el motivo narrativo de la ciudad fantasma. Aunque el protagonista solo puede atestiguar una catástrofe local, la audiencia extrapola este escenario a escala global. En la ciudad, lugares antes considerados seguros pueden contener peligros inesperados pues los zombis surgen de todas partes: bodegas, tiendas, aseos, automóviles etc., (patrones que encontramos también en las narrativas de los videojuegos) sin contar que en este mundo los humanos resultan ser los verdaderos monstruos. Los personajes entonces deciden dejar atrás los vestigios de la civilización y escapar a campo abierto, en una enésima reinterpretación de la clásica antítesis entre naturaleza y cultura que revela un perfil importante en la narrativa de la serie.

En la segunda temporada la granja de Hershel se convierte en un efímero remanso de paz, allí los personajes comienzan a estrechar lazos, hasta que una horda de caminantes los ataca de nuevo, recordándoles que no queda un lugar seguro. Es

¹⁴⁵ Véase 7 formas en las que 'Fear The Walking Dead' podría conectar con 'The Walking Dead' (2016). Fotogramas. Recuperado de: <http://www.fotogramas.es/series-television/7-formas-en-las-que-Fear-the-Walking-Dead-podria-conectar-con-The-Walking-Dead>. [Consulta realizada el 18 de abril de 2017].

entonces cuando comienzan a vagar por zonas rurales hasta que encuentran resguardo en una prisión¹⁴⁶. Con cada temporada, el mundo de TWD se torna más sombrío, los personajes han interiorizado las reglas para sobrevivir en ese entorno hostil. Hopkins (2011) compara este proceso con el aprendizaje de un lenguaje, un código para dar sentido al mundo.

El territorio es más brutal, más implacable, pero debe ser explorado [...] los personajes aprenden como dormir sin bajar la guardia, viajar como grupo, encontrar comida y refugio [...] han aprendido a evaluar las amenazas y a ser tan recelosos con un nuevo grupo de gente que de los zombis a cincuenta yardas de distancia¹⁴⁷ (Hopkins, 2011, pág. 205).

Las armas, metonimias de la ansiedad, son completamente indispensables en este mundo, les conceden a los personajes la sensación de control, de protección. Igualmente necesarios resultan los automóviles, que sirven de refugio, y ofrecen la sensación de libertad de movimiento, de escape. Además, ambos objetos se encuentran arraigados a la cultura estadounidense, a su identidad socioeconómica.

Hasta el momento los personajes han ido superando etapas como sucede en los videojuegos tipo *survival horror*. Cada temporada puede asociarse con un escenario: la primera temporada transcurre en Atlanta, la segunda en la granja de Hershel, la tercera en la prisión y en *Woodbury*, la cuarta en el camino hacia *Terminus*, la quinta en *Alexandria* y es a partir de la sexta temporada que el mundo de TWD comienza a tomar forma mostrándonos incipientes asentamientos humanos.

¹⁴⁶ El lapso de tiempo mientras deambulan sin refugio durante el invierno no lo vemos en pantalla, y esto obedece a que esta estación no conviene a la diégesis, veríamos a los zombis extremadamente lentos, enterrarse en la nieve, congelarse, dejar rastros evidentes y es algo que las narrativas del subgénero evitan lidiar.

¹⁴⁷ En el original: The territory is more brutal, more unforgiving, and it must be navigated [...] characters learn how to sleep lightly, travel as a group and find food and shelter [...] they learn to assess threats and to be as leery of a new group of people as they are of the zombies fifty yards away (Hopkins, 2011, pág. 205).

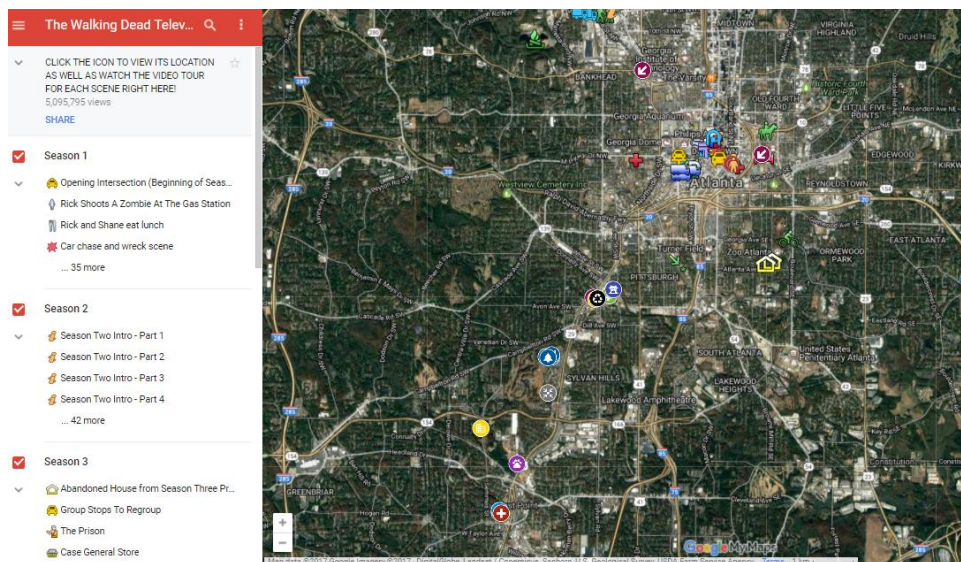


Figura 33. Locaciones de rodaje de la serie que pueden ser exploradas a través *Google maps*.

Los poblados en este nuevo orden mundial comienzan a aparecer gradualmente en la serie a partir de la sexta temporada. Cada uno está habitado por grupos homogéneos de personas, lo que nos lleva a verlos como naciones nacientes. Primero conocemos a *Alexandria*, una urbanización de varias manzanas, con energía a base de paneles solares, un arsenal, una enfermería y una iglesia, todo ello rodeado por muro de cemento. Es el primer lugar, desde que comenzó el apocalipsis, en donde los protagonistas sienten que pueden comenzar de nuevo, y están dispuestos a defenderlo ante todo. *Alexandria* comienza a llevar una ruta comercial con otro poblado cercano denominado *Hilltop* a cambio de seguridad, pero la situación se sale de control cuando se dan cuenta que el peligro que enfrentaban era mucho mayor, se trata de un violento grupo de asesinos autodenominado *the saviors* gobernados por el Tirano Negan.

En la séptima temporada descubrimos que el asentamiento que ocupan estos últimos se denomina *The Sanctuary*, que en el mundo de TWD, constituye lo más cercano a un imperio del mal. Tras ser sometidos por un tiempo, los protagonistas ahora distribuidos en *Alexandria* y *Hilltop* buscan apoyo en otras comunidades para formar una rebelión. Así conocemos *The Kingdom*, que exhibe un inusual sistema

monárquico, y *Oceanside*, un refugio costero ocupado únicamente por mujeres guerreras que nos recuerdan a las Amazonas. Otra agrupación que se denomina *The Heaps*, cuyos miembros viven en un vertedero, promete ayudarles pero finalmente les traicionan.

De pequeños grupos insulados huyendo por carreteras estadounidenses a la construcción de comunidades con identidad y reglas propias, la espacialidad de este universo narrativo se aleja de escenarios “reales”, y en este proceso, también se deja atrás las convenciones del subgénero, centrándose en los aspectos dramáticos de la caída del mundo como lo conocemos, dando lugar al surgimiento de una nueva civilización.

3.1.6 Transmedialidad

Tanto GOT como TWD cuentan con extensiones en diferentes medios aunque no están concebidas desde el inicio como narrativas transmedia, son series que evidencian una estrategia táctica en su modelo expansivo (Scolari, Jiménez, & Guerrero, 2012). Ambas ficciones son adaptaciones del medio impreso, GOT de una saga literaria y TWD de una serie de cómics. Debido al éxito en su medio original, sus narrativas se trasladaron a la pantalla. Si bien este traspaso no las convierte en narrativas transmedia (de acuerdo al modelo ideal de Jenkins) tampoco resultan redundantes, puesto que el medio audiovisual aporta material nuevo que enriquece el universo narrativo. En este orden de ideas podemos afirmar que GOT y TWD son franquicias transmedia que combinan adaptaciones con una operatividad narrativa continua. La comercialización de sus productos satelitales (videojuegos, contenido web, y contenido extra en DVD y Blu-ray) funciona bajo una gerencia *Top Down* (Ryan, Transmedial Storytelling and Transfictionality, 2013). Es decir, se ponen en marcha tras comprobarse el éxito de la serie de televisión.

Game of Thrones

Material impreso

Su texto matriz, la saga de fantasía épica ASOIAF, comenzó a editarse en 1996 y consta de cinco libros publicados a la fecha y dos más por salir a la luz. A esta serie principal de novelas se le suman varios relatos cortos concebidos como precuelas, dos de los cuales han sido adaptados a novelas gráficas. Además, a lo largo de su campaña promocional, se han recopilado capítulos de los libros principales en avances editoriales, que también funcionan como novelas cortas. Asimismo, cuenta con una enciclopedia titulada *The World of Ice and Fire*

Novelas principales	Autor(es)	Fecha de publicación
Juego de tronos (<i>A Game of Thrones</i>)	George R.R. Martin	1996
Choque de reyes (<i>A Clash of Kings</i>)		1998
Tormenta de espadas (<i>A Storm of Swords</i>)		2000
Festín de cuervos (<i>A Feast for Crows</i>)		2005
Danza de dragones (<i>A Dance with Dragons</i>)		2011
Vientos de invierno (<i>The Winds of Winter</i>)		En desarrollo
Sueño de primavera (<i>A Dream of Spring</i>)		En desarrollo
Novelas cortas	George R.R. Martin	
Avances editoriales		1996
<ul style="list-style-type: none">• Sangre de Dragón (<i>Blood of the Dragon</i>)• Camino de Dragón (<i>Path of the Dragon</i>)• Hijos del Kraken (<i>Arms of the Kraken</i>)• Dominio de Dragones (<i>Excerpt from A Feast for Crows</i>)		2000
		2003
		2005

Los Cuentos de Dunk y Egg (<i>Dunk and Egg Tales</i>) <ul style="list-style-type: none"> • El Caballero Errante (<i>The Hedge Knight</i>) • La Espada Leal (<i>The Sworn Sword</i>) • El Caballero Misterioso (<i>The Mystery Knight</i>) 	George R.R. Martin	1998 2003 2010
El caballero de los Siete Reinos (<i>A Knight of the Seven Kingdoms</i>) Compilación de los tres relatos anteriores con material extra e ilustraciones.		2015
<i>Rogues</i> (Antología) <ul style="list-style-type: none"> • El Príncipe Pícaro (<i>The Rogue Prince</i>) 	Editada por George R. R. Martin y Gardner Dozois	2014
<i>Dangerous Women</i> (Antología) <ul style="list-style-type: none"> • La Princesa y la Reina (<i>The Princess and The Queen</i>) 	Editada por George R. R. Martin y Gardner Dozois	2013
<i>The Book of Swords</i> (Antología) <ul style="list-style-type: none"> • Los hijos del Dragón (<i>The Sons of the Dragon</i>) 	Editada por George R. R. Martin y Gardner Dozois	2017
Novela gráfica		
<ul style="list-style-type: none"> • El Caballero Errante (<i>The Hedge Knight</i>) 	Adaptado por Ben Avery	2003
<ul style="list-style-type: none"> • La Espada Leal (<i>The Sworn Sword</i>) 	Ilustrado por Mike S. Miller	2004 reimpresa en 2014
Enciclopedia		
El mundo de Hielo y Fuego (<i>The World of Ice and Fire</i>)	George R. R. Martin, Elio Garcia y Linda Antonsson	2014

Tabla 5. El universo narrativo de ASOIAF en medios impresos. Publicaciones a la fecha. Fuente: Elaboración propia.

La serie de televisión cuenta con un libro titulado *Inside HBO's Game of Thrones*, escrito por Bryan Corgman, autor de la biblia del programa¹⁴⁸, y parte del *staff* de guionistas de la serie de televisión. El libro publicado en 2012, contiene una

¹⁴⁸ Documento que contiene toda la información necesaria para desarrollar los guiones de cada capítulo. Incluye un mapa de tramas de la temporada y describe todos los aspectos de cada personaje, su trasfondo, e interacción con el resto de personajes.

introducción de David Benioff y D.B. Weiss, *showrunners*¹⁴⁹ de la serie televisiva, e incluye un prefacio de George R.R. Martin. El libro describe el universo narrativo cubierto por la serie de televisión hasta la segunda temporada. Se divide en los escenarios retratados en la serie (El Muro, Invernalía, Desembarco del Rey, Essos) y en cada uno de ellos se relata un poco de la historia de cada lugar, también describe aspectos de las casas nobles, da detalles de la producción y ofrece entrevistas a los actores. Incluye fotografías e ilustraciones. El paquete de coleccionista se acompaña con *storyboards* de secuencias de los episodios.

Material audiovisual

Blu-ray

Histories & Lore es una serie de cortos gráficos con animaciones que se incluyen en el Blu-ray de cada temporada de GOT. Para el lanzamiento de la primera temporada en dicho formato, esta serie recibió el nombre de *Complete Guide to Westeros*; pero a partir de la segunda, comenzó a denominarse *Histories & Lore*. Los guiones de la primera temporada también estuvieron a cargo de Bryan Cogman. A partir de la segunda, la labor le fue encomendada a Dave Hill, quien también forma parte del grupo de guionistas.

Los cortos se componen de paneos sobre ilustraciones a cargo del artista que diseña los *storyboards* de la serie, mientras que los propios actores narran los eventos de la historia de Poniente. Cada corto tiene una duración aproximada de tres minutos, y en conjunto los videos suman sesenta minutos de contenido extra en cada entrega.

Los lanzamientos en DVD y Blu-ray incluyen también otra clase de *special features*, como entrevistas y detrás de escenas. Para el lanzamiento de la sexta temporada en estos formatos, se organizó una gira por tres ciudades estadounidenses en la cual los

¹⁴⁹ En la jerga hollywoodense es un título que engloba la labor de productor ejecutivo y guionista principal de una serie de televisión.

asistentes tuvieron la oportunidad de participar en distintas actividades multimedia y simulaciones de realidad virtual basadas en estos productos¹⁵⁰.

En la web

Las series televisivas cuentan con estrategias de construcción de marca, que involucran páginas interactivas diseñadas para incitar al fandom. Son tácticas de promoción, pero al mismo tiempo expanden el universo narrativo. Además del contenido en su página web oficial, que es principalmente informativo, al momento de escribir estas líneas GOT cuenta con las siguientes extensiones en la web:

Join the Realm

Esta actividad promocional surgió a partir de la tercera temporada de la serie. A través de la página <http://www.jointherealm.com/> (a la cual se puede acceder desde las cuentas oficiales de la serie en redes sociales) los seguidores pueden crearse su propio escudo de armas y un lema. Luego de haber personalizado su diseño, denominado *Sigil*¹⁵¹, los usuarios pueden compartirlo en Facebook y Twitter. El *hashtag* #JoinTheRealm, permite conocer las creaciones de miles de seguidores de la serie alrededor del mundo.

¹⁵⁰ Véase Harris (2016) *Hold the door and defend the Wall at interactive Game of Thrones fan events, coming soon. Winter is Coming*. Recuperado de: <http://winteriscoming.net/2016/11/14/game-thrones-season-6-blu-ray-interactive-fan-event-announced/>. [Consulta realizada el 20 de abril de 2017].

¹⁵¹ *Sigil* es un término empleado para designar una representación simbólica de un poder mágico. Proviene del Latín *sigillum* (sello) Fuente: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/sigil>

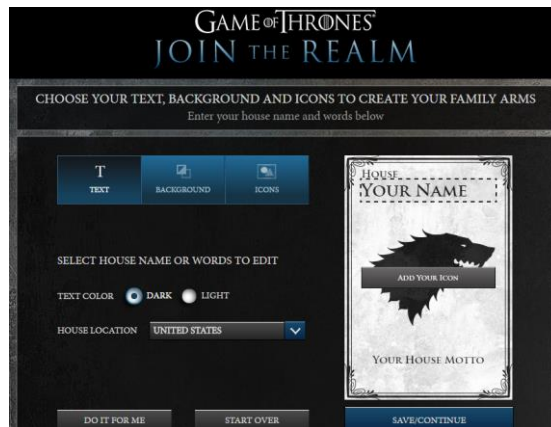


Figura 34. Interface de personalización de escudo de armas y lema inspirado en GOT.

Beautiful Death

Este sitio web se lanzó un mes antes del inicio de la cuarta temporada y desde entonces exhibe una colección de diseños de las muertes más memorables por cada temporada. La página contiene ilustraciones de Robert M. Ball, pero también una selección de *fanarts*. El sitio tiene enlace directo con la plataforma Tumblr. Los fans pueden subir sus creaciones desde allí o directamente a través del enlace <http://beautifuldeath.com/submit-your-beautiful-death>, comprometiéndose a ceder sus derechos sobre la imagen a HBO en caso de que la cadena decida utilizarla con fines publicitarios.

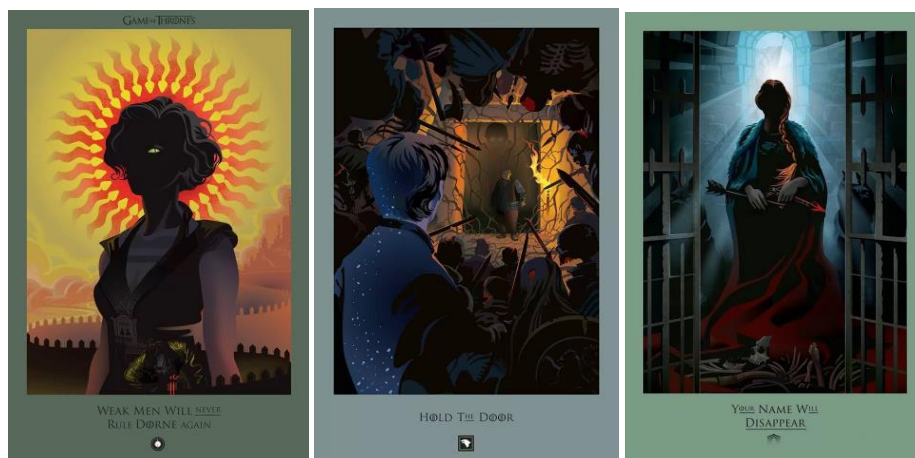


Figura 35. Ilustraciones de Robert M. Ball, Fuente: <http://beautifuldeath.com/>

Videojuegos

Se comenzaron a desarrollar a partir de 2011 y en la actualidad existen diez juegos para múltiples consolas. Seis de ellos conforman una serie desarrollada por *Telltale Games*, de la cual se espera otra entrega en 2017. Para este año también se planea el lanzamiento de *Game of Thrones Seven Kingdoms*, un juego multijugador en línea.

A Game of Thrones: Genesis (Estrategia) PC. (2011)

Su narrativa es una interpretación libre del universo de ASOIAF, tiene lugar varios siglos antes de los hechos narrados en las novelas literarias.

Game of Thrones (Acción / Rol) PS3, X360, PC. (2012)

Más centrado en la serie de televisión, se enfoca en las intrigas políticas por el control de Poniente.

Game of Thrones Ascent (Estrategia) PC. 2013. Android, iPhone. (2014)

Este videojuego tuvo un enfoque social, a través de navegadores y dispositivos móviles los usuarios podían aliarse con amigos en Facebook.

Game of Thrones: A Telltale Games Series. iPhone, Android, XBOne, X360, PS3 PS4, PC. (2014 -)

Juego de inmersión ambientado en los eventos de la serie de televisión. Al momento de escribir estas líneas consta de seis episodios. En este juego de aventura gráfica, el jugador asume el papel de un miembro de la Casa Forrester, vasalla de la Casa Stark. Cada decisión que tome le llevará por diversos caminos, algunas decisiones parecerán insignificantes pero tendrán consecuencias relevantes para el mundo expuesto la serie.

The Walking Dead

Material impreso

La novela gráfica que inspira la serie de televisión comenzó a publicarse en 2003, actualmente consta de 169 ediciones, que integran 29 volúmenes. Se han publicado también otras siete ediciones especiales que relatan historias independientes. Asimismo, las ediciones y volúmenes del cómic se han comercializado de distintas formas entre las cuales se destacan dos compendios, ocho libros de tapa dura y tres ediciones limitadas de lujo. Alrededor de la novela gráfica encontramos varias publicaciones sobre los personajes, bocetos, guiones sin editar, tramas alternas y otras cuestiones detrás de la realización del cómic. También hay una trilogía en prosa en torno al personaje de El Gobernador.

Título	Autor(es)	Fecha de publicación
<i>The Walking Dead Survivor's Guide</i>	Tim Daniel y Robert Kirkman	2011
<i>The Walking Dead: Cutting Room Floor</i>	Robert Kirkman	2012
<i>The Walking Dead: Rise of The Governor</i>		2011
<i>The Walking Dead: The Road to Woodbury</i>	Robert Kirkman y Jay Bonansinga	2012
<i>The Walking Dead: Descent</i>		2014

Tabla 6. El universo narrativo de *The Walking Dead* en medios impresos. Publicaciones a la fecha. Fuente: Elaboración propia.

La serie de televisión cuenta con una publicación autorizada por AMC: *The Walking Dead Chronicles: The Official Companion Book* (Las crónicas de *The Walking Dead*: El libro Oficial de Ayuda), que incluye detalles de la producción de la primera temporada de la serie.

Material audiovisual

Fear The Walking Dead

Es un *spin off*, precuela de la serie central, creada por Robert Kirkman y Dave Erickson y producida también por la cadena AMC. Esta serie, que comenzó a emitirse en 2015, relata los inicios del apocalipsis zombi. Esta historia se centra en una familia disfuncional de Los Angeles que intenta sobrevivir al caos desatado por la pandemia. *Fear The Walking Dead* se convirtió en la premier más vista de un canal de cable básico con 10,1 millones de espectadores¹⁵², sin embargo a febrero de 2016 su audiencia había descendido a 3,1 millones¹⁵³, sin embargo una tercera temporada ha sido confirmada para el 2017.

Webisodios

- *The Walking Dead: Torn Apart*

Seis webisodios que conforman la primera entrega de una miniserie escrita y dirigida por Greg Nicotero en colaboración con John Esposito. Fue lanzada en 2011 previamente al estreno de la segunda temporada de la serie central a través del sitio oficial de AMC. En esta webserie, eventualmente, un personaje se cruza con el protagonista de *The Walking Dead*.

- *The Walking Dead: Cold Storage*

Segunda entrega de la miniserie web, consta de cuatro episodios. Su estreno fue en octubre de 2012 antes de la tercera temporada de la serie central.

- *The Walking Dead: The Oath*

¹⁵² Véase *'Fear the Walking Dead' Becomes Most-Watched Series Premiere in Cable History with 10.1 Million Viewers*. (2015) Tv by the numbers. Recuperado de: <http://tvbythenumbers.zap2it.com/2-featured/fear-the-walking-dead-becomes-most-watched-series-premiere-in-cable-history-with-10-1-million-viewers/452459/>. [Consulta realizada el 05 de mayo de 2017].

¹⁵³ Véase *Fear the Walking Dead: Season Two Ratings* (2016) TV Series Finale. Recuperado de: <http://tvseriesfinale.com/tv-show/fear-walking-dead-season-two-ratings/>. [Consulta realizada el 5 de mayo de 2017].

Parte final de la miniserie dirigida por Nicotero, compuesta por tres weepisodios lanzados en el sitio oficial de AMC como anticipo de la cuarta temporada de la serie central.

- *Fear the Walking Dead: Flight 462*

Miniserie dividida en 16 partes (cada una de un minuto aproximado de duración) que relata un ataque zombi dentro de un vuelo. Se emitió a través del sitio oficial de AMC durante los cortes comerciales de los episodios estreno de la sexta temporada de *The Walking Dead*. Uno de los sobrevivientes de esta webserie pasó a formar parte del elenco de la serie derivada *Fear The Walking Dead*.

En la web

La página web oficial de la serie ofrece contenido exclusivo para que la audiencia tenga una interacción más cercana con el universo narrativo propuesto. Asimismo, a través de sus redes sociales promocionan el contenido generado por usuarios. A continuación se describen las tácticas de promoción web más destacadas.

Recorrido virtual por Alexandria: se invita a los internautas a visualizar en 360° y alta definición uno de los escenarios más importantes de las últimas temporadas. Para una mayor inmersión, se ofrece la experiencia a través de visores de realidad virtual.

Surrounded: The Walking Dead 360°: Videos de inmersión con vista panorámica enlazados a la Youtube, dirigidos por Greg Nicotero, con los cuales los usuarios pueden experimentar ser acechados por un grupo de *walkers* o ser devorados por una horda. La experiencia resulta más aterradora con las gafas de realidad virtual.

The Walking Dead Story Sync: añade la característica de interactividad simultánea al visionado, pues está diseñada para disfrutarse exclusivamente durante la emisión de los capítulos inéditos en AMC. Un archivo por cada episodio se guarda en el sitio y se advierte que contiene *spoilers* para aquellos que aún no hayan visto el episodio.

Básicamente, la aplicación acompaña al usuario durante el visionado del episodio subiéndole material diverso como encuestas de opinión (donde se le pide al usuario que prediga eventos o que valore una determinada escena), fotos y citas de episodios anteriores (concadados a la trama que se está desarrollando en el momento), repeticiones de escenas impactantes, pequeñas *trivias*, fotos de los mejores momentos e imágenes del cómic que hayan inspirado alguna escena. Cabe anotar también que está sincronizado con redes sociales y un acceso directo al foro de la propia web.

La web oficial también ofrece acceso directo a los webisodios, a videos de *Talking Dead* (*talk show* que se emite tras cada episodio de la serie central) a una aplicación para móvil (*Dead Yourself App*) que transforma el rostro de un usuario en *walker*, y un juego interactivo (*Dead reckoning adventure game*) alojado en el propio sitio.

Además de mantener contacto diario con sus seguidores en Twitter y Facebook, en su cuenta oficial de Instagram (*amcthewalkingdead*) se anima a los fans a subir sus ilustraciones, fotos y videos inspirados en la serie con los *hashtag* *#fanartfriday* y *#fanart*



Figura 36. Fan Art del usuario @dayo_candy compartido en la cuenta oficial en Instagram de TWD.

La aplicación *The Walking Dead Social Game Chronicles* se lanzó en Facebook en agosto de 2012 y funcionó hasta octubre de 2014. El enlace continúa activo para promocionar el videojuego oficial de la serie disponible para móviles *No man's Land*.

Videojuegos

La compañía *Telltale Games*, especialista en narrativas para videojuegos en formato episódico, comienza a desarrollar a partir de 2012 una serie de juegos para distintas plataformas (PC, consolas y móviles) basados en el universo narrativo de la serie. La última versión, titulada *The Walking Dead: A New Frontier*, se estrenó en 2016.

3.2 El discurso de la audiencia

La notoriedad del fenómeno conocido como audiencia social, o el consumo de contenido televisivo acompañado de actividad en redes sociales (Ainasoja, Linna, Heikkilä, Lammi, & Oksman, 2014; Deltell Escolar, 2014; Guo & Chan-Olmsted, 2015) repercute en las dinámicas de la industria, y acapara la atención académica en la medida que otorga acceso directo a material original para el análisis de la recepción (Lacalle, Jóvenes y ficción televisiva. Construcción de identidad y transmedialidad, 2013). Aunque ver la televisión siempre ha tenido un componente social, la normalización del uso de dispositivos portátiles y la incursión progresiva de las redes sociales en la cotidianidad, ha transformado el visionado en solitario en una experiencia comunitaria, y además, la facilidad con que se produce el intercambio de opiniones con otros, acelera el proceso de construcción del metatexto de las ficciones televisivas (Jenkins, 1992), y en esa línea, incentiva la formación de fandoms.

Esta investigación experimental procura corroborar que, tanto el ejercicio creativo de construcción de las narrativas, como el análisis académico de los productos audiovisuales se enriquecen cuando conceden la importancia necesaria a la audiencia y su porción más comprometida: los fans (Abercrombie & Longhurst 1998; Hills, 2002, 2013; Jenkins, 1992, 2006; Ross, 2008; Sandvoss, 2005). Actualmente, el impacto significativo de las redes sociales en las prácticas de visionado y en las estrategias de expansión del universo narrativo de las ficciones televisivas, las hace merecedoras de atención académica (Highfield, Harrington, & Bruns, 2013; Molpeceres & Rodríguez, 2014). Asimismo, se ha comprobado que las redes sociales y otras plataformas de interacción en línea ofrecen la posibilidad de recolectar datos cualitativos, otorgando

una dimensión intimista a datos estadísticos sobre audiencia (Echegaray Eizaguirre & Peñafiel Saiz, 2013; Lotz & Ross, 2004).

Los resultados que se muestran en este apartado son fruto del análisis de las 600 unidades discursivas producidas por la audiencia de las dos series objeto de estudio, recogidos entre 2013 y 2014 en las cuentas oficiales de Facebook y Twitter, así como en los foros con mayor número de suscriptores asociados a ambas series de televisión. Esta metodología se desprende de diversos proyectos llevados a cabo por el Observatorio de Ficción Española y Nuevas Tecnologías (OFENT) que destacan el *feedback* de la audiencia dentro del análisis de las interrelaciones entre la ficción televisiva y la web 2.0¹⁵⁴. Con el enfoque cualitativo se busca obtener una información más completa y actualizada de la audiencia, que ayude a plantear estrategias de mercado más efectivas (Lacalle, 2013; Lacalle & Castro-Mariño, 2016).

3.2.1 Metodología

Se seleccionaron aquellas publicaciones creadas alrededor de los finales de temporada, o, en el caso de *The Walking Dead*, en las pausas de temporada de 2013 y 2014. Este criterio de selección tuvo en cuenta, en primer lugar, lo importantes que son para la audiencia los cambios y los cierres en la narrativa que siguen con devoción (Williams, 2015), y en segundo lugar, que los niveles de sintonía de estos programas los califica como eventos mediáticos significativos alrededor de los cuales se incrementa la participación en redes sociales (Barkhuus & Brown, 2009; Guo & Chan-Olmsted, 2015; Lacalle & Castro-3.2Mariño, 2016; Larsen, 2010, pág. 158). La muestra se tomó a partir del día de emisión y se prolongó los dos días siguientes, excepto en el caso de los foros, cuyos comentarios en las fechas requeridas no fueron, en ocasiones, suficientes para cumplir la cuota, y por ende se incluyeron participaciones de hilos de discusión anteriores.

Los comentarios de seguidores en Facebook fueron recolectados de las publicaciones de los moderadores efectuadas el día de la emisión, horas antes y después del

¹⁵⁴ Los proyectos pueden consultarse en la web del OFENT <https://ofent.org/proyectos/>.

episodio. Los mensajes de Twitter se recuperaron utilizando el motor de búsqueda social Topsy, a través del *hashtag* general para las series (*#gameofthrones*, *#thewalkingdead*) y *hashtags* específicos (p. ej: *#gotseasonfinale*), en una búsqueda restringida a las fechas correspondientes a los finales y recesos de temporada en 2013 y 2014. Las participaciones de los foros se obtuvieron directamente de los temas abiertos por los usuarios. También se recolectaron 32 comentarios de *community managers* con el objetivo de evidenciar la actividad de estos moderadores del discurso y su interacción con la audiencia.

Una primera aproximación al corpus discursivo permitió conocer qué temáticas eran recurrentes y raíz de ello establecer un índice categorías heurístico. En función de su contenido específico, (análisis individualizado) a cada comentario se le asignó una o varias etiquetas correspondientes a las siguientes categorías y subcategorías¹⁵⁵:

- **Narrativa**
 - Tramas
 - Tramas positivo
 - Tramas negativo
 - Tramas neutro
 - Personajes
 - Personajes positivo
 - Personajes negativo
 - Personajes neutro
- **Producción:** bajo esta etiqueta se agruparon los comentarios que mencionan aspectos de la musicalización y la escenografía.
- **Actores**
 - Actores positivo
 - Actores negativo
 - Actores neutro

¹⁵⁵ En razón a ello los porcentajes no suman el 100%. Los valores para cada categoría y subcategoría se establecen de acuerdo al número de mensajes que contienen la etiqueta que las relaciona, sobre el número total de mensajes para cada serie: 300 unidades discursivas de los recursos web de GOT y 300 de TWD.

- **Extimidad**
 - Intimista
 - Sentimientos
- **Comunidad**
 - Conversación
 - Emoticonos y memes
 - Pragmática
- **Referencias**
 - Matriz
 - Extensiones
 - Intertextuales
- **Otros:** con esta etiqueta se calificaron los comentarios sin ninguna relación con las categorías anteriores.

3.2.2 Hallazgos

Se identifica una tendencia generalizada entre los usuarios a discutir la narrativa en relación a la expectativa frente al episodio resolutivo, y a sus percepciones de las tramas y los personajes. También predominan los mensajes en torno a la comunidad en línea. Otras cuestiones, relacionadas con la exteriorización de sentimientos, asuntos personales y el conocimiento intertextual y transmediático de las series, ocupan un espacio significativo en la discusión. En consonancia con las investigaciones previas del OFENT, se evidencia en la muestra de comentarios de estas dos series, que los mensajes publicados en foros suelen estar más desarrollados que los mensajes de Facebook y Twitter, aunque estos últimos resultan más espontáneos.

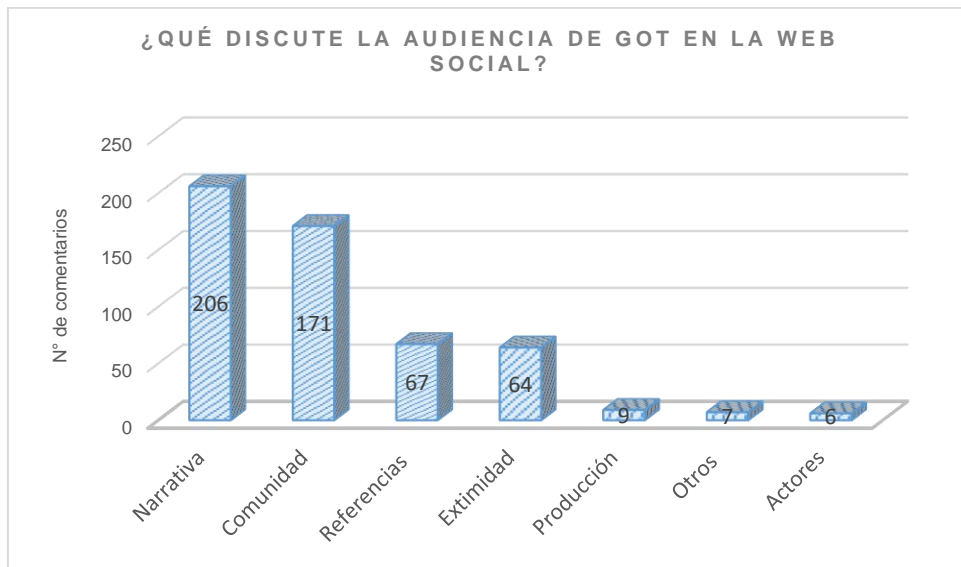


Figura 37. Categorías del discurso de la audiencia de GOT en la web social.

De 300 comentarios provenientes de los recursos web de la serie GOT, 206 (68,7%) se refieren a los elementos narrativos. Por otra parte, 142 mensajes (47,3%) evocan la inclusión en esta comunidad particular. Las referencias a otros textos en torno al producto televisivo ocupan el 22,3% de la discusión (67 mensajes), una porción muy similar (21,3%) consiguen las intervenciones de carácter extimista.

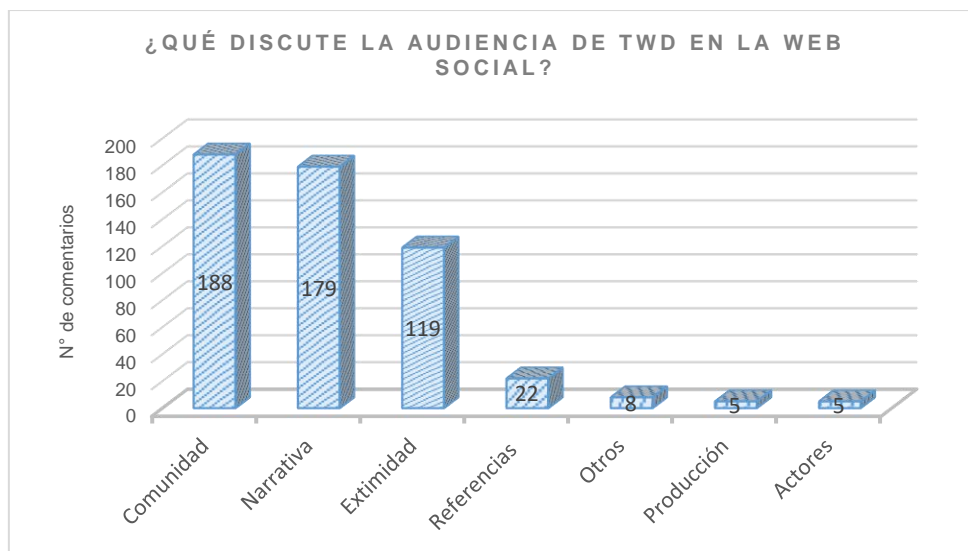


Figura 38. Categorías del discurso de la audiencia de TWD en la web social

En la audiencia de TWD, encontramos 188 mensajes (62,7% de la muestra) que implican el reconocimiento de la comunidad en línea y 179 comentarios (59,7%) en los que se discute la narrativa de la serie. El componente de extimidad también es notable, representa un 39,7% (119 comentarios) de la discusión. Podríamos inferir de esta primera aproximación, que los seguidores de esta serie en particular aprovechan un poco más este espacio para mantener conversaciones, coordinar acciones y expresarse con formas de lenguaje propias de la web 2.0 que los seguidores de GOT, quienes tienden a comentar más el contenido de la ficción televisiva, relacionándolo con el texto matriz, sus extensiones narrativas u otros textos.

A continuación se exponen con más detalle los hallazgos en cada una de las categorías *ad hoc* de este estudio. Cabe anotar que los ejemplos extraídos de los comentarios de los internautas que ilustran cada apartado, han sido transcritos incluyendo faltas de ortografía y sus particulares recursos expresivos. También, algunos se han reducido por cuestiones de espacio.

3.2.2.1 Narrativa

La audiencia discute sobre los elementos de la narrativa: eventos, temporalidad y universo narrativo de un modo integral, por esta razón, los comentarios relacionados a estos elementos se reúnen en una subcategoría bajo la etiqueta *Tramas*. Los personajes, en cambio, reciben una atención especial, lo que justifica una subcategoría independiente.

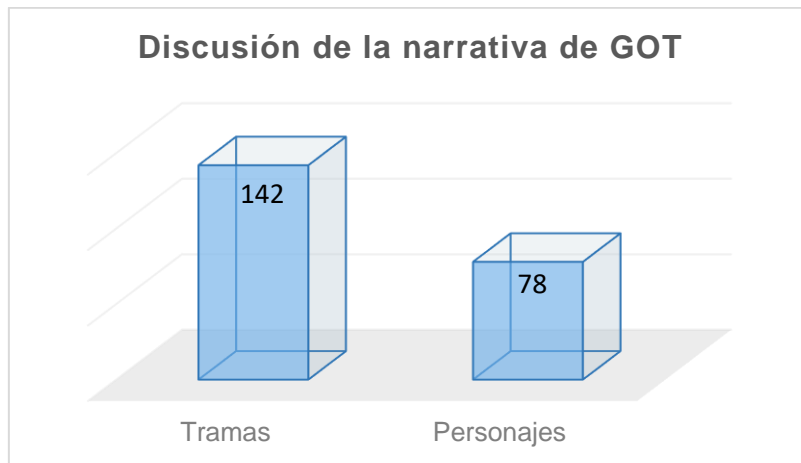


Figura 39. Número de comentarios relacionado con las narrativas de GOT que discuten las tramas vs. Número de comentarios que involucran a los personajes.

Los comentarios en Facebook¹⁵⁶ suelen conseguir expresar en frases sucintas el conocimiento sobre el universo narrativo y el favoritismo por un personaje: «al dragon no lo quema el fuego DAENERYS», « All men must die.....but kill tyrion and we riot ». En Twitter, los comentarios que discuten la narrativa sin mencionar cuestiones personales son escasos, puesto que esta plataforma incita aún más a la extimidad que los otros recursos web seleccionados para la muestra. Asimismo, por la restricción de caracteres que la caracteriza, los mensajes en esta red social se completan con el uso de emoticonos y *hashtags*: « I pray to the new gods and old to protect Tyrion and Jon Snow in tonight's episode 🙏 #GoT #GameOfThrones». Los foros son los espacios en donde los internautas despliegan sus competencias narrativas y construyen un discurso más elaborado:

Euron Ojo de Cuervo Mensaje Publicado: 16 Jun 2014 05:19

El principal fallo de la serie como serie, no como adaptación, es , como ha dicho Ashur, la preocupación por el espectador medio. Se perfectamente que Juego de Tronos es posiblemente la serie más seguida hoy en día y la que más dinero da a HBO, y que

¹⁵⁶ Véase también 'Game of Thrones' Was The Most Mentioned Television Show on Facebook in 2014. Screener. Recuperado de: <http://tvbythenumbers.zap2it.com/network-press-releases/game-of-thrones-was-the-most-mentioned-show-on-facebook-in-2014/>. [Consulta realizada el 18 de marzo de 2017].

para conseguir que esto sea así se debe hacer una serie para un audiencia heterogénea: lectores, no lectores, espectadores que la ven para echar el rato, seriéfilos... Pero desde mi punto de vista (lector seriéfilo no productor de la serie ni dueño de HBO) esto es un error, ya que en su intento de ganar audiencia, añaden escenas totalmente innecesarias (burdel de Meñique), simplifican personajes (Loras) o no definen correctamente a otros (Oberyn).

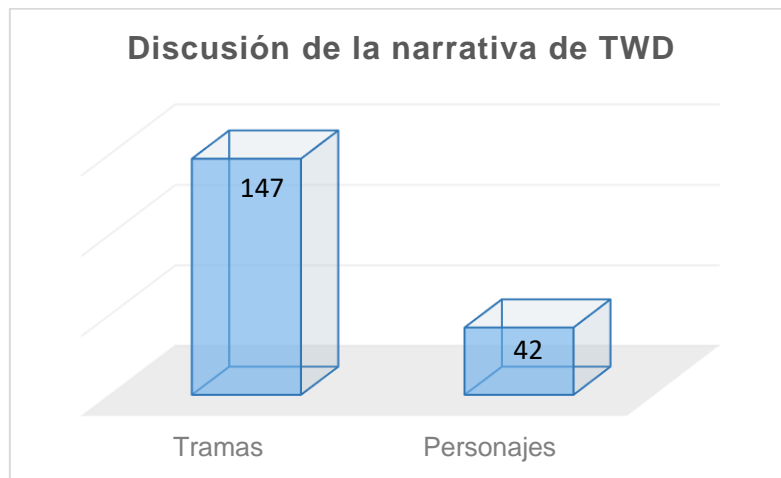


Figura 40. Número de comentarios relacionado con las narrativas de TWD que discuten las tramas vs. Número de comentarios que involucran a los personajes.

En los recursos web de TWD, la discusión de la narrativa se enfoca más en las tramas que en los personajes. Además, se evidencia en los mensajes de esta categoría una constante inclusión de reflexiones, no tanto sobre el texto en sí, si no acerca de los sentimientos que provocan los giros argumentales propios de los recesos de temporada. Incluso en los foros, donde predomina el debate racional, los seguidores no pueden evitar expresar sus emociones:

Notapor Kratos » Lun, 01 Dic 2014, 05:39

Acabo de ver por segunda vez el cap y mi comentario imparcial es el siguiente [...] Escena Final (8/10).- Si la muerte de Beth es un poca tonta, pero el carácter de la chica hace que sea algo q se veía venir. Aunque sabía q ella moriría me dolió mucho ver la cara de Rick de rabia y la de tristeza de Daryl [...] Muy triste por la partida de Beth, ha sido una de las mas fuertes despues de Andrea, Dale y Hershel.

3.2.2.2 Tramas

Teniendo en cuenta que el compromiso del espectador con las ficciones televisivas actuales parte de la comprensión de la mecánica con la que operan los elementos narrativos (Mittell, 2012-2013), y que tanto las expresiones de gusto y disgusto son respuestas emotivas de ese compromiso que permiten conocer las expectativas y preferencias de la audiencia (Gray & Murray, Hidden: Studying media dislike and its meaning, 2016). Este análisis contempla una subdivisión de los comentarios sobre las tramas en tres grupos: positivos, negativos y neutros. Cabe anotar que los discursos son complejos, y un mismo mensaje puede contener las tres calificaciones, por lo que la suma las cantidades de cada subgrupo supera el total de los mensajes marcados con la etiqueta *Tramas*.

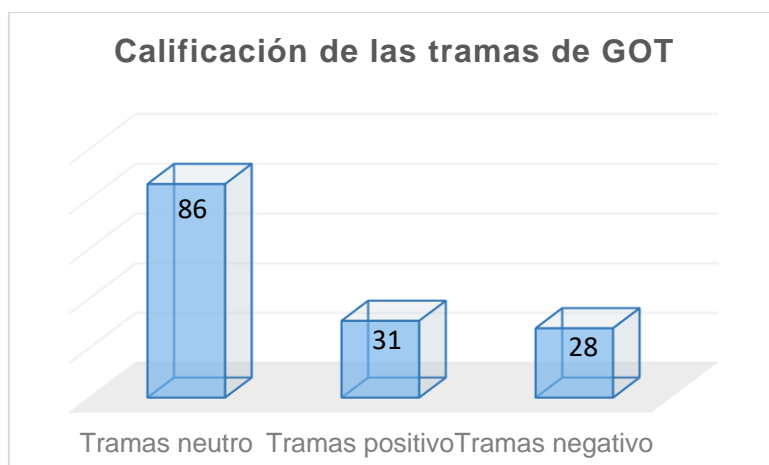


Figura 41. Número de comentarios con calificación neutra, positiva y negativa de las tramas de GOT.

Las menciones neutrales de las tramas resultan algo ambiguas aunque podríamos decir que se inclinan hacia lo positivo, toda vez que infieren que se sigue la serie con interés: « I have a feeling someone will die tonight. #GameOfThrones #GoTfinale», «definitivamente el trono debe quedar entre los stark o los targaryen». Otros comentarios sí que emiten juicios evidentes a favor o en contra, suelen incorporar mayúsculas y repetir signos de admiración. En Facebook encontramos mensajes espontáneos («The best season finale everrrrrrrrr I love you game of thrones!!!!!!!»), pero también es un espacio que se presta para el desahogo de los televidentes:

Kaylasa JaguarStar 15 de junio a la(s) 23:21

What an amazing and badass end of season. The Hound dead, Twyin Lannister dead, Shae dead....except for Jojen Reed, who was one of the good guys, thank the gods that George R. R. Martin is finally killing the right motherfuckers, the ones who really deserve it. It took him 3 damn seasons to do it (so many unfair deads just for shock value are not funny anymore, Martin). We also want justice. Now, please kill the fucking Boltons, Walter Frey and Cersei Lannister...and after the amazing sequence with Bran...don't take 30 more seasons to bring what you promised on the summary of book 1 and the reason many of us bought your story: the fucking winter. Please bring the winter to Westeros, because watching Bran's part and Jon talking about giants, reminded me of the original reasons I loved and bought the books. HBO, don't forget your traditional fantasy audience...bring us more magic like this one for next seasons! So much politics make this series like The Borgias, but this is still a fantastic epic, so make it one, truly.

En los foros es más común encontrar comentarios de usuarios que comparan el producto televisivo con la saga literaria para hacer sus valoraciones, además, invitan al debate:

Martell Mensaje Publicado: 15 Jun 2014 20:15

Yo es que sinceramente creo que el sacar tantos fallos a la serie es 'por culpa' de ser lectores de los libros. Porque queramos o no, siempre vamos a compararlos, y la serie va a salir perdiendo a nivel de historia o personajes COMO ES NORMAL. Me parece sencillamente imposible plasmar con fiel exactitud la complejidad de estos libros con menos de seiscientos minutos por temporada, siendo la temporada que viene menos de seiscientos minutos para dos tohacos. Imaginaos que esta historia no es una adaptación, es un invento completo de los guionistas. ¿De verdad creéis que les sacarias tantos fallos?

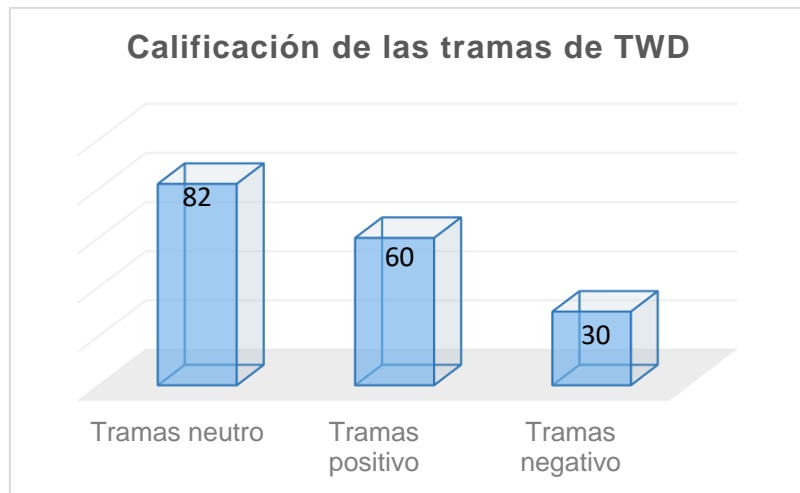


Figura 42. Número de comentarios con calificación neutra, positiva y negativa de las tramas de TWD.

En el caso de TWD las valoraciones positivas suelen ser más explícitas. Asimismo, el diálogo entre los usuarios en Facebook es más evidente que en el caso de GOT, muchos de los comentarios positivos surgen en respuesta a opiniones de otros usuarios:

Jay G. Robinson 31 de Marzo a la(s) 21:44 · Me gusta · 51 · 2 respuestas

The season finale isn't anywhere near as bad as most of you are making it out to be. It's actually pretty disappointing to see how many people are THIS narrow-minded and willing to toss out the entire episode for all it's worth simply because of the "lack" of action/the Governor surviving. It was a great episode. Keyword: episode. I'll agree that for a season finale; its lacking, but it surely isn't the "worst episode ever" as some of you are screaming. Though it sucks that I've gotta wait 6-7 months, I'm still supppperr excited for the series to return. Funny, most of these people who are complaining and saying that the show sucks will be tuning right back in this October...

En TWD es notable como gran parte de los comentarios negativos sobre las tramas surgen del descontento por la muerte de un personaje:

wrong-people » Lun, 01 Dic 2014, 04:05

EL peor capitulo, no pueden hacer eso con los personajes, tenerlos de fondo, darles importancia y despues matarlos, sigo insistiendo matarón a la hermana equivocada. hubiera preferido que murieran Tyresse, Tara, Maggie Gleen, que no han hecho nada interesante en toda la temporada, ni en este capitulo

En los foros, los seguidores aprovechan el espacio para extenderse en su análisis, y es común que en un solo mensaje podamos encontrar distintas calificaciones del contenido:

Kallthew » Lun, 31 Mar 2014, 04:47

que manera de subestimar al publico! :cabezazos: AMO a Hershel, pero este no era el momento ni el lugar para ver flashbacks de la vida pasada en la prisión. :? esperaba MUUUUCHO mas. francamente creo que muchas mentes creativas del forum con sus teorías e imaginacion, podrían haber hecho un mejor trabajo [...]Lo mejor?: el enfrentamiento de Rick y co con Joe y co. Lo peor?: la puntería de los habitantes de Terminus! [...]capitulo bueno y nada mas, decepcionante si se quiere.

3.2.2.3 Personajes

La serialidad favorece el desarrollo orgánico de los personajes, y en este proceso, los espectadores se conectan con ellos y establecen lealtades (Mittell, 2013-2013). La web social coadyuva a las relaciones parasociales contemporáneas (Auverset & Billings, 2016), y la retórica proveniente de sus espacios brinda valiosa información de este y otros procesos que se dan entre la audiencia y las figuras en pantalla como la identificación, la imitación y la atracción.

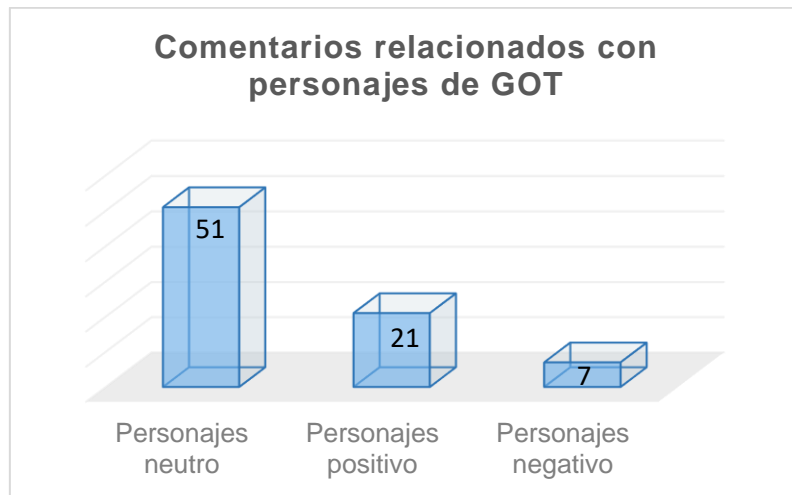


Figura 43. Número de comentarios neutros, positivos y negativos sobre los personajes de GOT.

Las cadenas aprovechan sus redes sociales para interactuar directamente con la audiencia. Si la ficción se esmera en construir personajes complejos y atractivos, las redes sociales se encargan de que estos mantengan la conexión con los seguidores.



Foto de la biografía HBO Game of Thrones LAT 10 de junio de 2013 a las 14:53

Las respuestas de los usuarios a esta promoción del personaje fueron positivas: «Daenerys para presidenta!!!», «total!!!!!!! La quiero en el Trono!!!!!!», « Me encanta su personalidad, es dura y fuerte como una piedra; pero a la vez piadosa y buena...». Este tipo de publicaciones sirven para medir la popularidad de un personaje y las emociones que genera, además de conocer qué expectativas se tienen en torno a su línea argumental.

Los comentarios negativos critican personajes que están contruidos precisamente para generar esa respuesta («Walder Frey, my new #1 enemy! As much as I hate Joffrey, at least he never pretended to be anything but a prick!», « I hate the Miami Heat like I hate the Lannisters») De esta forma se comprueba que los espectadores establecen las alianzas correctas y ‘aman’ odiar a los personajes pretendidos.

Los comentarios neutros acerca de los personajes ocupan la mayor porción de esta categoría, pues es inevitable que no los mencionen cuando discuten las tramas. Por otra parte, aunque las publicaciones que recitan frases de los personajes se consideran neutros, es cierto que denotan afinidad e identificación por parte de la audiencia.

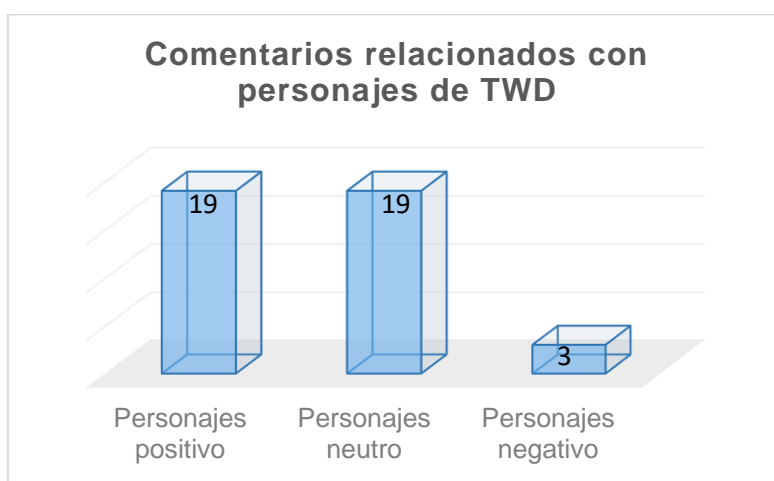


Figura 44. Número de comentarios neutros, positivos y negativos sobre los personajes de TWD.

En TWD se evidencia una equidad en los comentarios que expresan valoraciones positivas y neutras de los personajes. Gracias a estas opiniones, se logran establecer quienes son los favoritos de la audiencia y por qué. La particularidad de esta serie, es que en cada final o receso de temporada surge la preocupación por parte de la audiencia de perder a alguien del elenco « I hope beth is still alive. Since she was kidnapped I miss her», « Lez do dis. Pls don't die, Carol», « Daryl is alive, so many fans are relieved. I am too!». En comparación encontramos muy pocos comentarios negativos, y estos resultan ser sobre personajes femeninos que no poseen un rol

antagonista para justificarlos. Al comienzo de la serie parecía haber una aversión generalizada por Lori, la esposa de Rick, el protagonista. En la muestra obtenida en 2013 y 2014, que cubre la tercera, cuarta y quinta temporada, vemos que esta hostilidad se traslada al personaje de Andrea, y también evidenciamos antipatía por el personaje de Carol, aunque se reitera que la mayor parte de los usuarios las defienden.

Belthazor » Lun, 01 Dic 2014, 11:15

Teniendo en cuenta el odio que le cogí al personaje de Carol la anterior temporada, a raíz del ultraprotagonismo que le han dado en ésta decidí no verla. No obstante, me propuse hacerlo si en este capítulo moría por fin... al ver que no es así, y que cada vez tiene más "superpoderes" ese horrendo personaje.

3.2.2 Actores

En la construcción de los personajes en las ficciones televisivas contemporáneas, los actores constituyen un componente extratextual sumamente relevante. Su contribución puede significar el éxito o el fracaso del producto. En ocasiones, incluso, la conjunción ente el actor y el rol es tal, que se hacen inseparables para la audiencia (Black D. A., 2004).

Los comentarios en relación al reparto de GOT representan tan solo el 2,0% de la muestra seleccionada, confirmando que «en la televisión, a diferencia del cine, raramente se habla del personaje utilizando el nombre del actor» (Lacalle, Jóvenes y ficción televisiva. Construcción de identidad y transmedialidad, 2013, pág. 222) . Las contribuciones de este tipo suelen estar inducidas por los *Community managers* de las redes sociales oficiales de la serie. También vemos como estos recursos funcionan como enlace directo entre la audiencia y los actores:

Administrador

Game of Thrones Fotos de la biografía: Tyrion Lannister. Happy Name Day to Peter Dinklage! Junio 11 de 2013 a las 10:35.

Celebrate with some Dornish wine and share your favorite Tyrion quotes in the comments.

Usuarios

Karina Juarez 11 de junio de 2013 a la(s) 11:13

"Never forget what you are, for surely the world will not. Make it your strength. Then it can never be your weakness. Armor yourself in it, and it will never be used to hurt you."

Hope Boyd 15 de junio a la(s) 21:13

Can Peter Dinklage have his Emmy now? I think he's earned it.

Administrador

Fotos de la biografía: Melisandre. Preguntas y respuestas. HBO Game of Thrones LAT. 11 de junio de 2013 a las 16:39

¿Quieres conocer los secretos de la misteriosa mujer de rojo? Envía tus preguntas y podrían ser contestadas este viernes 14 de Junio por Carice van Houten, la actriz que interpreta a Melisandre en GAME OF THRONES. ¿Qué esperas?

Usuario

Victor Ortiz 11 de junio de 2013 a la(s) 18:20

¿Piensa que su personaje tiene alguna clase de conflicto en el saber que para lograr su cometido, debe sacrificar a inocentes a las llamas? ¿Que opina sobre la religión del Señor de la Luz?

Administrador

HBO Game of Thrones LAT 21 de junio de 2013 a la(s) 12:12

Hola Victor Ortiz, tu pregunta fue respondida por Carice Van Houten durante la sesión de preguntas y respuestas. Esto fue lo que contestó: "Creo que en el pasado pudo

haber tenido ese conflicto, pero como está en una gran misión (de la que nadie sabe mucho realmente), debe realizar su trabajo sin que esto le afecte. Como un médico, ella no puede estar demasiado involucrada con sus emociones, pues su trabajo es salvar a todos.” – Carice V. Houten.

El porcentaje de comentarios relacionados con los actores de TWD en la muestra seleccionada es de 1,7%. Las menciones resaltan la buena interpretación que han demostrado en el episodio «Grandísimo Carl y el niño que lo interpreta», «Que actorazo que es Rick (se me fue el nombre del actor)». También encontramos que la audiencia utiliza esta clase de conocimiento extradiegético para instar al debate en la comunidad:

Diana Jerjerian 31 de Marzo a la(s) 22:19

I don't know what you guys are complaining about. Norman who plays Darryl said best you can't have the same thing over and over again every season. they gave us so much more walkers, death or blood. If your a true fan you would appreciate what they gave us! I love the season finale. is you don't like it don't watch it! the rest of us will!

Daisy Jane Kartreiber i think people are forgetting the fact that emily kinney(beth) is 30

3.2.2.4 Producción

Los comentarios acerca de elementos de la producción, como la escenografía, y de la postproducción, como los efectos especiales y la musicalización, representan el 3,0% de la muestra de comentarios seleccionados de GOT, y el 1,7% de la muestra de TWD. En el caso de GOT son frecuentes los señalamientos a la iconografía del subgénero épico fantástico dentro del análisis de las tramas. Los comentarios se dividen equitativamente en aquellos que prefieren la intriga política y el drama sobre el despliegue visual de los elementos fantásticos de la serie « Los POVs de Tyrion, Catelyn, Sam, Sansa... Me encantan, sin necesidad de lobos, dragones ni espadas», y los que por el contrario consideran que la recreación en pantalla del mundo fantástico no es suficiente «watching Bran's part and Jon talking about giants, reminded me of the original reasons I loved and bought the books. HBO, don't forget your traditional

fantasy audience...bring us more magic like this one for next seasons! So much politics make this series like The Borgias, but this is still a fantastic epic, so make it one, truly». Son pocos los que alaban específicamente los elementos de la producción sin vincularlos a su discurso sobre las tramas «The music was beautiful in this episode» « Qué currada todos los trajes, sobre todo los del norte que aunque solo parezcan pieles están muy bien hechos».

En TWD también encontramos que los pocos comentarios que resaltan la iconografía del subgénero lo hacen en función de las tramas « Anyone who is a fan of the zombie genre knows that it's not all about zombies and killing and blood, guts and gore, it's about surviving», « Melhor coisa de TWD: gente coberta de sangue em todos os episódios. <3». Pero también encontramos que las referencias a los escenarios pueden formar parte del discurso extratextual de la serie. Por ejemplo, un usuario comparte un pantallazo de la ubicación en Google Maps de un escenario de la serie: «I found terminus on google maps lmfao», otro usuario insta a otros a encontrar más escenarios de la ficción en el mundo real utilizando esta herramienta: « Cool. Ah, but can anyone find the prison?» y otro más se suma a la dinámica: « I find the wagon where they get them ... the sce was here, what you think». Se puede apreciar en esta interacción el deleite de la audiencia por integrar elementos de la ficción a su entorno cotidiano.

3.2.2.5 Referencias

Las comparaciones intertextuales provienen de una habilidad analítica concedida solo por un detallado conocimiento del texto; un ejercicio que además conviene a la formación del metatexto de la ficción. (Abercrombie & Longhurst, 1998; Fiske, 1992; Jenkins, 1992,2006). En ese sentido, la mención de las extensiones paratextuales e intertextuales de la ficción en el discurso de la audiencia, puede ayudar a identificar su porción más comprometida, los fans (Mittell, 2006). En este epígrafe, se han agrupado aquellos comentarios que incluyen referencias intertextuales, es decir que mencionan el texto matriz, las extensiones transmedia de las series, y otros textos.

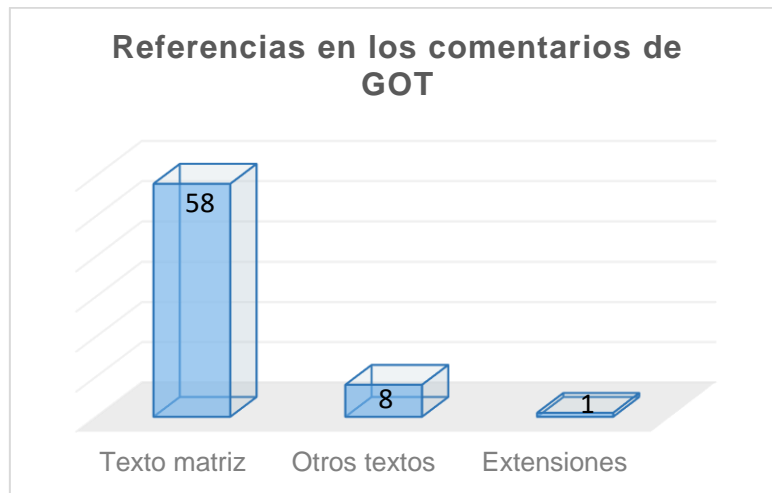


Figura 45. Número de comentarios que hacen referencia al texto matriz de GOT, a sus extensiones y a otros textos.

Los comentarios que incluyen referencias intertextuales constituyen el 22,3% de la muestra seleccionada del discurso alrededor de GOT. Como se ilustra en la figura, la mayor parte de los mensajes (19,3%) se relaciona con el texto matriz, es decir, mencionan las novelas de George R.R. Martin, ya sea para exponer que se no se está adaptando bien un personaje a la televisión (« Es que el Perro de la serie no es el Perro de los libros. Como dice siempre Aditu... el de la serie es un tío majó»), que se espera ver en pantalla una determinada línea argumental de los libros (« I was sort of expecting Stoneheart, although it makes complete sense for her to not be here yet and it might actually cheapen the RW to have her this early») o para compararlas con la serie « The ending was a little disappointing for me, having read the books, but overall I think the show is still really good». Es destacable que un gran número de mensajes de este tipo proceden de los foros dedicados la serie.

Por otra parte, los mensajes que hacen referencia a otros textos suelen ser irónicos («Snape kills Dumbledore», «Danarys needs to watch, "How to Train Your Dragon"»), y algunos mencionan otros productos televisivos en su discurso para exaltar el final de la temporada como un evento mediático («So much on TV today! #WorldCup #NBAFinals #TrueBlood special and #GoTFinale ahhhh»). Finalmente, podemos extrapolar que la cuota de comentarios sobre extensiones de la serie es escasa en el

discurso general. En la muestra recogida, solo un usuario describe un evento promocional de la serie en 2014:

Usuario: Pnd. 18 Jun 2014 17:30

Tuve el placer de visitar la exposición la semana pasada aquí en Belfast y aunque no pude conseguir entrada previa (online, se acabaron en una hora) sí pude acceder esperando unos 30min en una cola específica para los que no tenían entrada. La verdad que los vestidos y accesorios están muy currados y muchas veces no te das cuenta de eso al verlo por la TV u ordenador. Además de trajes y accesorios la exposición contaba con una réplica del trono de hierro (que tengo que decir me pareció algo diferente a la que ha llevado canal + a sus encuentros).

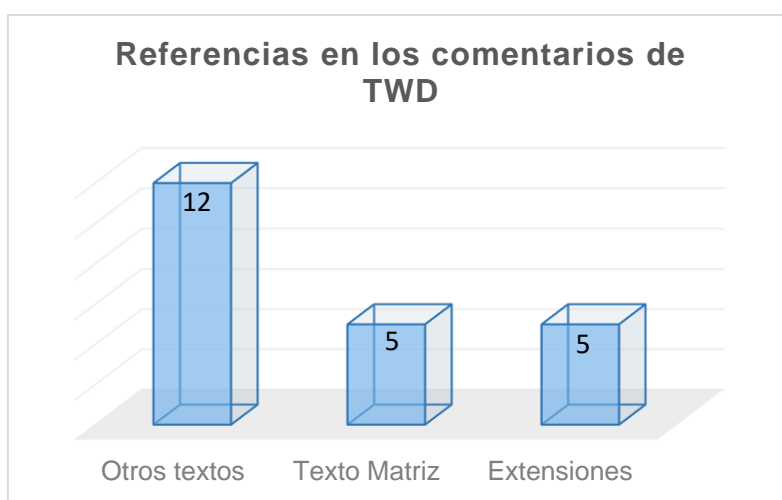


Figura 46. Número de comentarios que hacen referencia al texto matriz de TWD, a sus extensiones y a otros textos

El porcentaje de comentarios de TWD en esta categoría se corresponde con un 7,3% de la muestra, la mayor parte hace referencia a otros textos. En Facebook proliferan las comparaciones jocosas de la serie con otras ficciones a través de memes:

Alexander Steck. 3 de diciembre de 2013 a la(s) 16:22



Mauri Cabj. 3 de diciembre de 2013 a la(s) 16:23



Maik Janssen. · 3 de diciembre de 2013 a la(s) 16:26



También los usuarios traen a colación otros textos para hacer críticas a las tramas de la serie («I haven't seen television logic like that since Who's The Boss went off the air», «Daryl and Glenn - still better love story than Twilight»).

Por otra parte, se evidencia que los usuarios de los foros disfrutaban encontrar referencias del cómic en la serie: «Lily finalmente es quien remata al gobernador (otro

guiño al comic). Me gusto mucho la cantidad de guiños que hubo al comic la verdad. Con ganas de que sea Febrero para ver como sigue»).

Finalmente, se identifica que la audiencia de TWD está más al tanto de las extensiones de la serie, pues en sus comentarios mencionan los webisodios («We need more webisodes to help get us through the break!»), algunos paratextos como el programa de entrevistas de la serie («Ahora mismo está Gimple en talking dead. ¿Lo despedirán en vivo? xD») y el detrás de camaras («En el Making Of del capitulo se ve como la sala esa de las velas es como una especie de iglesia»). Incluso, un usuario propone que se haga un *spin off* acerca de un personaje:

Zachary Colescott. 8 de diciembre de 2014 a la(s) 13:01

I feel like we're being set up for a spin-off. It would make sense that Morgan would head to DC looking for Rick, but with the group no longer heading that direction, it's unlikely that they'd meet (given the route indicated on the map). Morgan would be a great leader for another "group" for a spin-off show.

3.2.2.6 Extimidad

El concepto extimidad (*extimité*) acuñado por Lacan, que deroga la distinción fundamentalista entre el mundo interior y exterior del sujeto, la cultura y la personalidad, el comportamiento y los sentimientos, y todas las expresiones duales de la psique (Pavón Cuellar, 2014) cobra relevancia en los espacios de la web social como redes, foros y blogs, en los cuales se evidencia la necesidad en aumento de exponer la intimidad como parte del proceso definitorio de la identidad. El término es utilizado por Lacalle (2013) para englobar la parte del discurso de la audiencia centrado en el “yo”, el cual provee material provechoso para el análisis de la contextualización de la recepción y de la ficción como un vehículo para la expresión. Siguiendo la pauta de las investigaciones lideradas por Lacalle, las publicaciones que manifiestan esta exteriorización de la intimidad se han clasificado bajo las etiquetas «sentimientos» e «intimista». La primera recoge comentarios que expresan exclusivamente estados

emocionales y la segunda, aquellas que revelan sentimientos a partir de hábitos de visionado, recuerdos así como otras reflexiones personales.

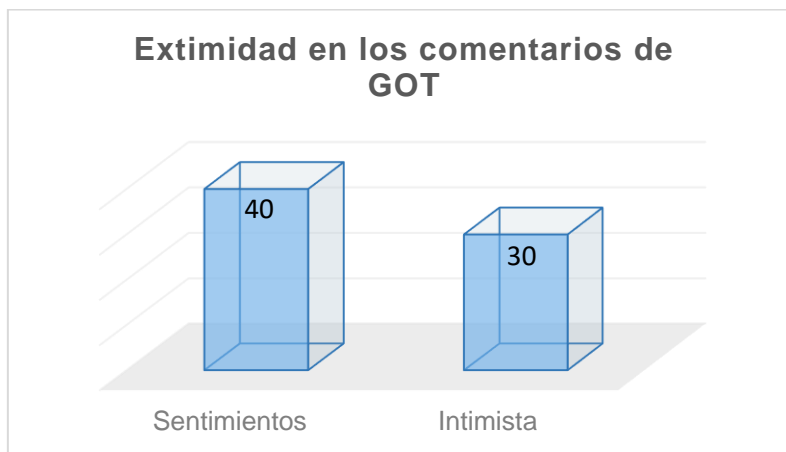


Figura 47. Número de comentarios que expresan sentimientos y número de comentarios de carácter intimista en el discurso de la audiencia de GOT.

Los mensajes en relación a GOT que exhiben un componente de extimidad constituyen el 21,3% de la muestra seleccionada. Por una leve diferencia, son más los que manifiestan las emociones que les suscita la ficción. Entre estos se destacan los comentarios que expresan aflicción por el fin de la temporada («I'm not prepared to go another 10 months without GoT...», «Estoy deprimido... Ya no se que haré... sin serie... sin libros... sniff sniff»), les siguen aquellos que reflejan el disgusto o decepción causada por una escena determinada («That Jamie/Cersei reunion was really lackluster. Ugh. I'm unreasonably and irrationaly pissed off»), y algunos cuantos que denotan el aprecio y gratitud hacia la serie («The best season finale everrrrrrrrr I love you game of thrones!!!!!!»), «Creo que no me he emocionado tanto con ninguno como con "Watchers on the Wall" porque me encantan todos los personajes de la trama, porque es el único que me ha hecho llorar...»).

Por otra parte, encontramos que los comentarios de corte intimista que comparten recuerdos son más comunes en foros («Uff la imagen de Robb + Viento Gris es... impactante. Yo siempre había ido con la idea de que en la serie no la iban a meter, porque, para mí, es la imagen mas impactante de los libros, recuerdo cuando lo leí que

lo pasé realmente mal xD»), mientras que aquellos que asocian hábitos de visionado son frecuentes en la plataforma Twitter («Pizza + torta +gol de Messi + final de #GOT: el mejor domingo en años», « I'm too afraid of spoilers so no twitter for the next two hours!! @GameOfThrones »).

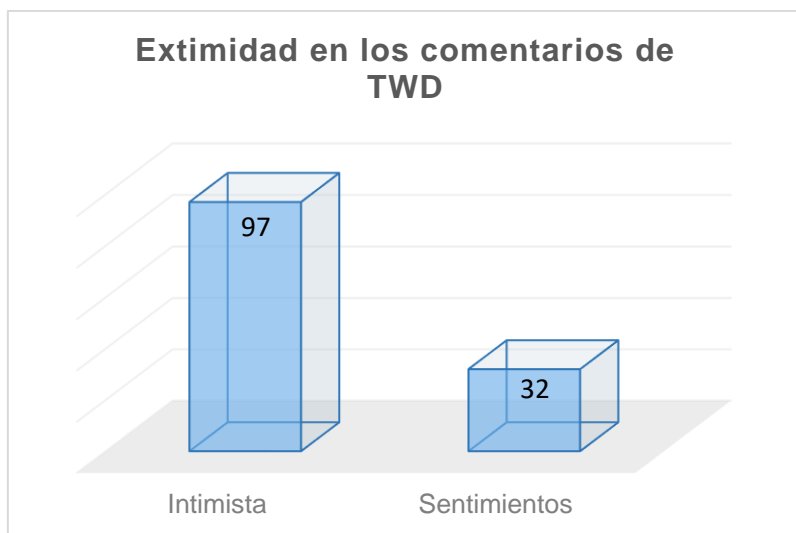


Figura 48. Número de comentarios que expresan sentimientos y número de comentarios de carácter intimista en el discurso de la audiencia de TWD.

La cuota de extimidad en los mensajes sobre TWD es del 39,7%. Dentro de este componente, los comentarios que revelan cuestiones intimistas superan a aquellos que expresan sentimientos. Algunos internautas aprovechan la temática para compartir reflexiones («Honestly...we're already living in a world with apocalyptic crime and violence. The only difference with real life and TWD in my opinion is that you don't have to pay bills, mortgage, rent, etc...»). También, hay quienes aprovechan el ambiente en torno al episodio final para informar cuestiones personales o de su cotidianidad («So upset I'm missing TWD midseason finale tonight, because I close at work☹️»), «I don't handle stress well. I would've been dead first episode of the first season by heart attack», «*listens to sad music after twd midseason finale*») e incluso una usuaria de Twitter, que resulta ser una actriz canadiense conocida por su papel en *Degrassi: The Next Generation* considera que su gusto por la ficción televisiva lo califica como “nerd”:

Aislinn Paul @aislinnpaul 31/03/2013 RT40

Well now that #TheWalkingDead is done... Time for #GameofThrones! (The nerd in me is genetic, I just can't help it)

En cuanto a los comentarios que expresan estados emocionales, se repite el sinsabor por el fin de la temporada, que compite con el entusiasmo por el inicio del episodio, emoción que, cabe decir, se proyecta de forma directa hacia la comunidad en línea («TWD Fans! IT'S HERE!!!! ENJOY!», « HOJE TEM TWD RT SE VOCÊ ESTÁ ANSIOSO PRO ÚLTIMO EPISÓDIO DESSE ANO», « I love TWD y'all»).

3.2.2.7 Comunidad

La noción de una comunidad que comparte el gusto, la admiración e incluso la devoción por una serie de televisión es un componente integral de la estructura del discurso de la audiencia. La comunicación en tiempo real entre los espectadores gracias a la incursión de dispositivos portátiles en las prácticas de visionado, y la creciente popularidad de las redes sociales, confiere una dimensión distinta a la lectura del texto (Ainasoja, Linna, Heikkilä, Lammi, & Oksman , 2014; Auverset & Billings, 2016). Si bien el sentido de comunidad es inherente a la web social, lo que se pretende aquí es aislar tres aspectos de este componente para el análisis: la interacción entre usuarios de las redes y los blogs, los cuales se agrupan bajo la etiqueta “conversación”; el uso de emoticonos y memes, con el fin de detectar la relevancia de estas formas de lenguaje en el discurso en torno a la ficción televisiva. La función pragmática en los mensajes, utilizando el sentido otorgado por Lacalle (2013) a este concepto, para enunciar las contribuciones de tipo perlocutivo que inducen de manera directa o indirecta a la acción.

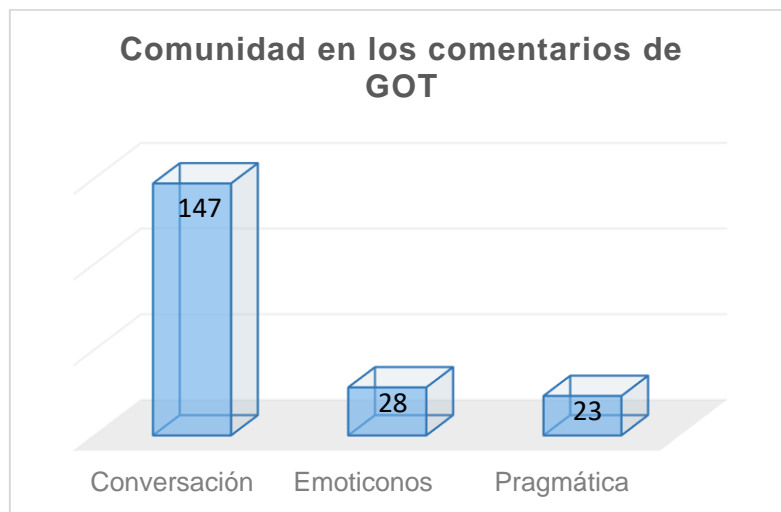


Figura 48. Número de comentarios relacionados con la comunidad de GOT.

El componente de comunidad en el discurso de la audiencia de GOT representa una cuota de 57,0% de la muestra seleccionada. Los mensajes de carácter dialógico, que contienen preguntas y/o respuestas, o que lanzan quejas y reclamos a otros usuarios o a la cadena, conforman el grueso de este porcentaje. La noción de comunidad no solo se evidencia en interpelaciones directas, sino también a través de mensajes generalizados en los cuales se destaca el constante uso de la segunda persona del plural como función integradora: « you'd have to join the rest of us in the real waiting process as George slowly progresses on the next book», « I hope we see some revenge tonight and not get our hearts torn apart again!, «ahora q se terminó el partido, volvamos a enfocarnos en lo más importante... ¡hoy es el final de temporada de #got!», y de la segunda del singular para denotar la identificación con el grupo: « Et là tu réalises que c'est le dernier épisode de #GOT . Et ta dépression hivernale commence en juin», « When you watch #GoT season 4 as a marathon». Los *community manager* también se expresan de este modo para ensalzar el sentido de pertenencia:

@gameofthrones. 09/06/2013

We're only minutes away from the #GoTSeason3 finale and #MHYSA is now Trending in the USA. #GameofThrones

Si bien el empleo de emoticonos para reforzar las ideas o sentimientos supera otros subepígrafes en esta categorización del discurso, no parece ser una práctica extendida en la comunidad en línea sobre GOT. Las publicaciones que más recurren a estas expresiones faciales computarizadas provienen de los foros, en razón a que a que estos espacios cuentan con una amplia variedad de ilustraciones y facilitan su indexado¹⁵⁷. Las interfaces de Facebook y twitter dificultan un poco más esta tarea, ya que, para insertar emoticonos a los *posts*, los usuarios deben saber una combinación específica de caracteres (p.ej.: :) = ☺), copiarlos de otras páginas, o bien añadir extensiones en sus navegadores.

Los mensajes de carácter pragmático engloban las peticiones implícitas a la cadena para que la serie contenga más episodios por temporada («HBO should really order more episodes for next season; 10 isn't nearly enough», «OMG, not enough! 20 episodes next season please?!»), y para que integre más material de las novelas («don't take 30 more seasons to bring what you promised on the summary of book 1 and the reason many of us bought your story: the fucking winter. Please bring the winter to Westeros»), así como la demanda de unos usuarios a otros para que cesen los *spoilers* («Now I need to catch up on Game of Thrones! No spoilers!», « Bunch of book readings nubby spoiling bitches.... Stop being lame and dropping hints to what hasn't happened in the show yet») o solicitudes de ayuda para el visionado a través de la web («¿Alguien sería tan amable de pasarme un enlace donde pueda ver el 3x10 en straming?...»). Todas estas interacciones denotan un alto sentido de comunidad, y del reconocimiento de la efectividad de estos espacios virtuales para hacer eco de las aspiraciones que se tienen frente la ficción.

¹⁵⁷ El traspaso de mensajes de los foros en línea a copias estáticas en documentos .DOCX para el análisis (ver anexos de esta investigación) cambia automáticamente el emoticono por el código fuente de ese recurso web. Así, la copia de los mensajes que incluyen emoticonos exhiben una palabra o frase en inglés. P. ej.: *Evil or Very Mad, Demonio, Crying or Very sad, Wink*.

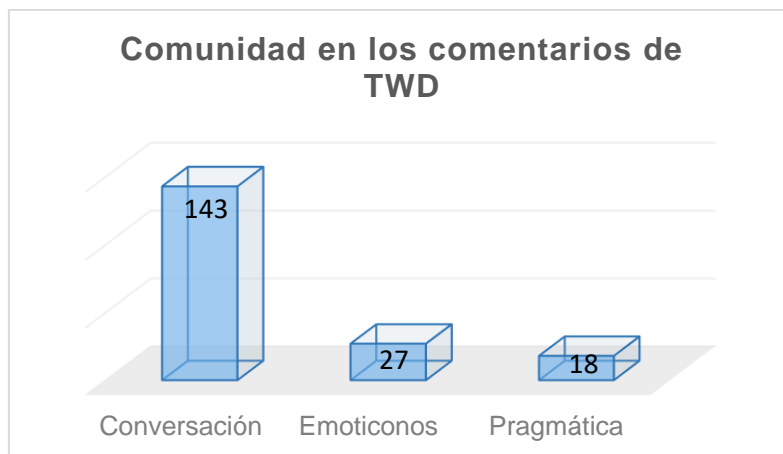


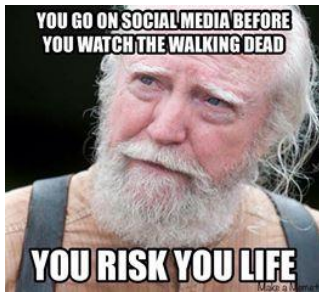
Figura 49. Número de comentarios relacionados con la comunidad de GOT.

Los comentarios que expresan sentido de comunidad representan el 62,7% de la muestra total de comentarios extraídos de los recursos web de TWD. Cabe mencionar que esta cuota de participación supera en tres puntos a la discusión centrada en la narrativa de la serie, lo que manifiesta la marcada influencia de este componente en las distintas facetas del discurso de la audiencia. Un aspecto relevante dentro de la muestra seleccionada, es el uso de memes para opinar y referenciar con humor la serie. Los memes, al igual que los emoticonos, son formas de expresión propias de la web social. El término es un neologismo del inglés que define la transmisión de persona a persona de una unidad de conocimiento cultural¹⁵⁸, cuya naturaleza viral exalta el principio de la comunidad virtual, extender el conocimiento. La totalidad de los memes de la muestra fueron recuperados de Facebook, plataforma en la que cual se evidenció un incremento considerable en el uso de memes de 2013 a 2014¹⁵⁹. La información proveída por la página nos indica la repercusión que tuvieron estos mensajes.

Dylan Miles 7 de diciembre de 2014 a la(s) 16:10

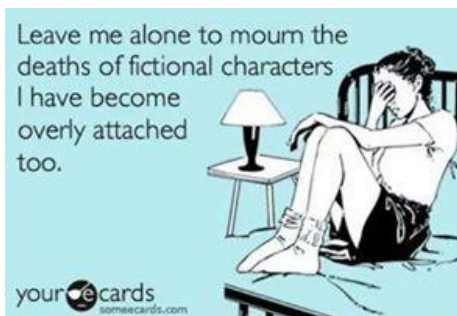
¹⁵⁸ El término fue creado por Richard Dawkins en su libro *El gen egoísta* (1976), queriendo hacer una similitud fonética con la palabra *genes*, unidades de información genética. La dimensión antropológica concedida a este concepto biológico parte de concebir la cultura como información que se guarda en la memoria y que se traspasa por imitación (mimesis), por enseñanza o por asimilación en unidades mínimas. Véase: Diccionario *Merriam webster* Recuperado de: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/meme>.

¹⁵⁹ De 0 mensajes con memes en la muestra seleccionada en 2013, a 27 en la muestra seleccionada en 2014.



Me gusta · 286 · 9 respuestas

Linnéa Berghäll 7 de diciembre de 2014 a la(s) 16:13



Me gusta · 110 · 2 respuestas

Gustavo Branco Clemente. 3 de diciembre de 2013 a la(s) 16:22

The Walking Dead & Supernatural...



Me gusta · 112 · 2 respuestas

En términos generales se evidencia que la estrategia transmedia de TWD, enfocada a que sus seguidores compartan sus experiencias durante el visionado, rinde frutos en

la comunidad en línea, considerando también que dentro del público objetivo de TWD (jóvenes menores de 30 años) es más frecuente el uso de nuevos dispositivos y redes sociales (Lenhart, Kristen, Smith, & Zickuhr, 2010). Los seguidores de TWD integran el componente de comunidad a sus comentarios sobre la narrativa, buscando interactuar con otros usuarios y compartir sus sentimientos acerca de los personajes.

3.3. Encuesta en redes sociales

En la tercera fase de esta investigación se implementó la técnica de la encuesta con el fin de recolectar información demográfica de la audiencia así como de sus prácticas como consumidores de las ficciones televisivas objeto de estudio. Este instrumento se redactó en español e inglés para aumentar las oportunidades de participación y se dirigió a dos grupos: seguidores de GOT, y seguidores de TWD. El formato incluyó preguntas de selección múltiple, con opción a una única o varias respuestas. La herramienta seleccionada para su elaboración fue la plataforma Typeform, cuyo diseño facilitó el diligenciamiento, así como el acceso a través de múltiples dispositivos (ordenadores, portátiles, tabletas y *smartphones*). La promoción de la encuesta se llevó a cabo en 2014 y 2015 a través de las redes sociales de cada serie. Las versiones de las encuestas en español e inglés dirigidas a la audiencia de GOT obtuvieron un total de 64 respuestas, mientras que las versiones para la audiencia de TWD lograron 356 respuestas para un total de 420 participaciones. Las gráficas a continuación, excepto las de datos demográficos que por cuestiones de espacio se han agrupado, mantienen el diseño de la interface de la encuesta, y solo ilustran los hallazgos más relevantes, sin embargo, todos los datos obtenidos a partir de este ejercicio se pueden consultar en los anexos de esta investigación.

3.3.1 Cuestiones demográficas

Las tres primeras preguntas se centraron en confirmar la edad, el género y el nivel educativo de los seguidores de cada serie. Así pues podemos afirmar que el público objetivo de TWD se conforma principalmente por mujeres entre los 15 y los 23 años, mientras que la audiencia de GOT, aunque esencialmente femenina, comprende un

rango de edad mayor, entre los 24 y los 34 años. Los niveles educativos con más representación son: secundaria en el caso de TWD y universitario en el caso de GOT, correspondiéndose con las edades más relevantes de la muestra. A continuación se muestra el consolidado de los datos demográficos obtenidos a través de las versiones en inglés y español de la encuesta.

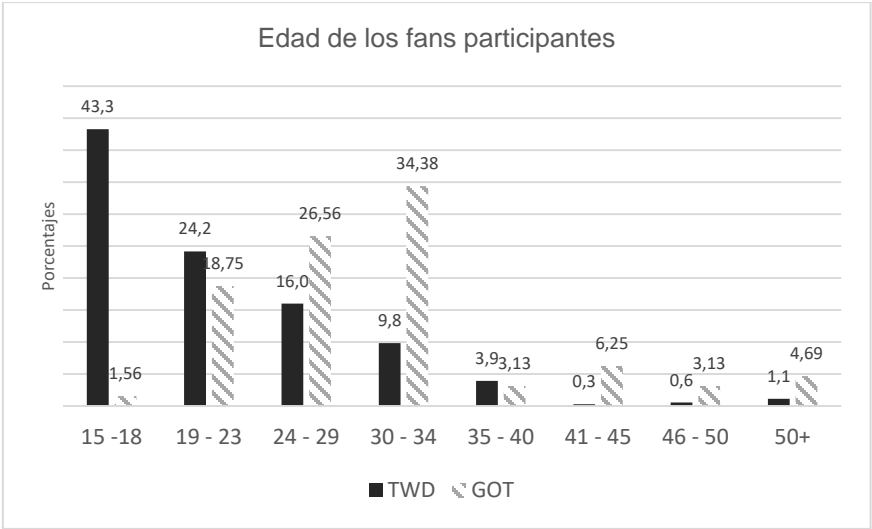


Figura 50. Edad de los fans de las series GOT y TWD participantes de la encuesta.

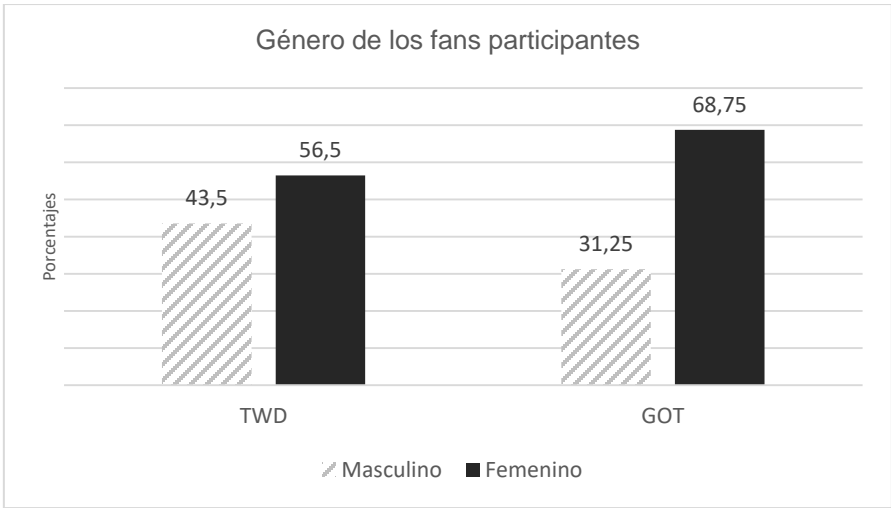


Figura 51. Género de los fans de las series GOT y TWD participantes de la encuesta.

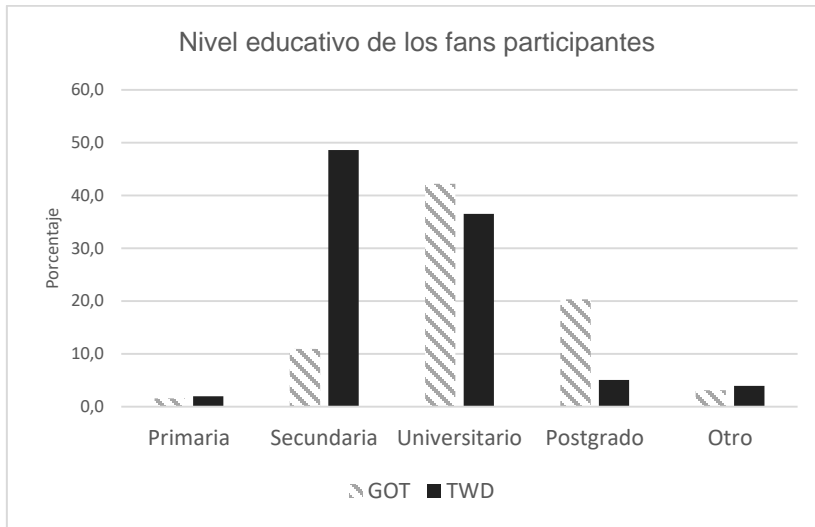


Figura 52. Nivel educativo de los fans de las series GOT y TWD participantes de la encuesta.

3.3.2 Foros en línea

El 57,6% de los fans de GOT, y el 43,5 de los fans de TWD confiesan no estar inscritos a ningún foro en línea sobre la serie de televisión que siguen. En el caso del grupo hispanohablante de TWD, el porcentaje de no inscritos, compite con aquellos inscritos que no participan en el foro y que solo se limitan a leer las contribuciones de otros usuarios.

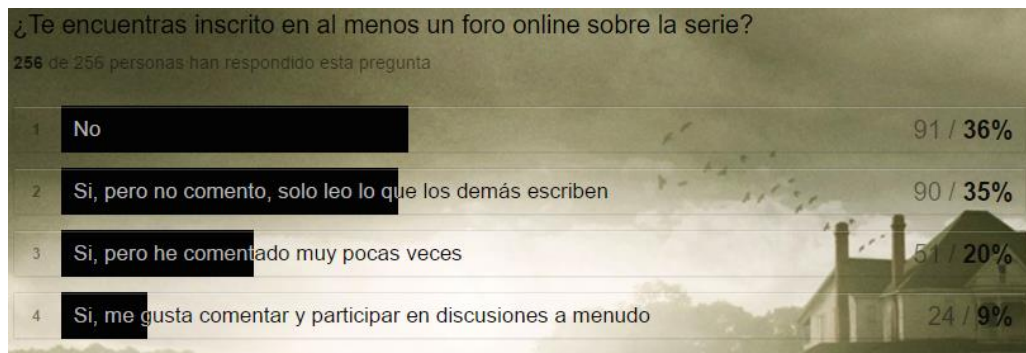


Figura 53. Respuestas de los participantes hispanohablantes seguidores de TWD.

La razón principal por la cual muchos usuarios prefieren mantenerse alejados de la discusión en los foros es que consideran que, con solo leer lo que opinan los demás, obtienen lo que buscan del grupo, o bien piensan que no aportarían nada nuevo al

debate propuesto. Estas comunidades en línea, sin embargo, resultan ser accesibles y claras en cuanto a su normativa, puesto que pocos participantes admiten que esta sea la causa de su escasa contribución. En otras razones, los participantes manifestaron no querer ser cuestionados o confrontados.

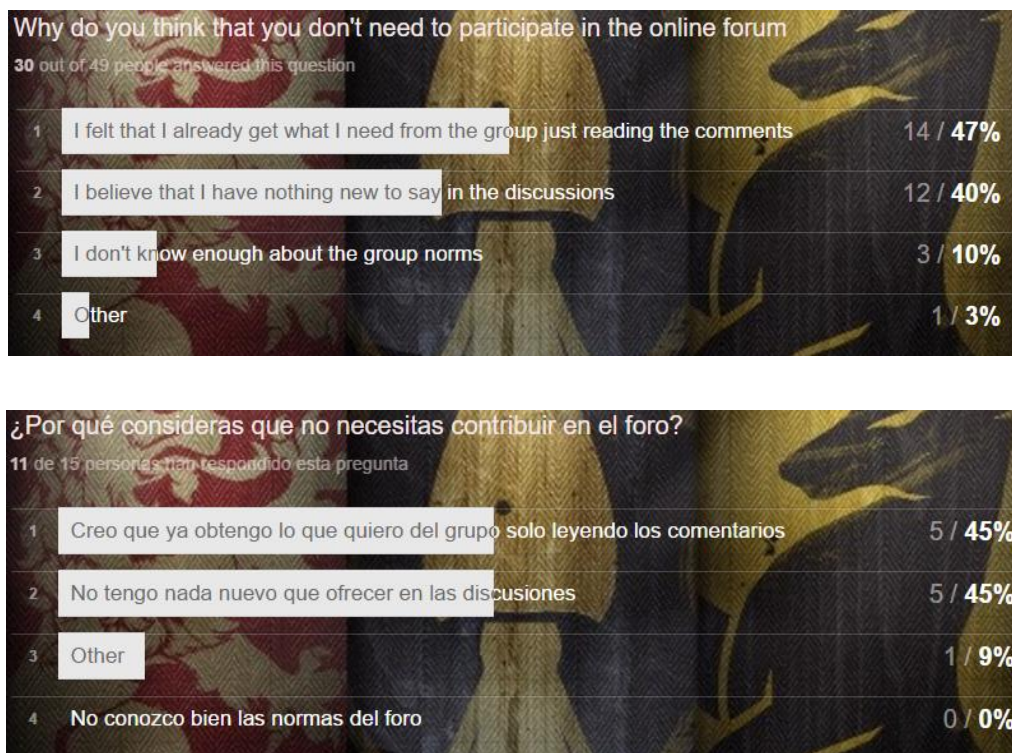


Figura 54. Respuestas de los seguidores de GOT a la pregunta: ¿por qué consideras que no necesitas contribuir en el foro?

3.3.3 Seguimiento de las series en internet

Los cuatro grupos de participantes coinciden en afirmar que lo que más buscan en internet sobre la serie es información. Sin embargo, los *spoilers*, aunque brindan datos relevantes, son menos requeridos. La búsqueda de material fan consigue una cuota cercana a otras prácticas más extendidas, como el visionado de episodios en línea o de videos. En otras búsquedas, los participantes señalaron imágenes y *gifs*, material comunmente compartido por usuarios.

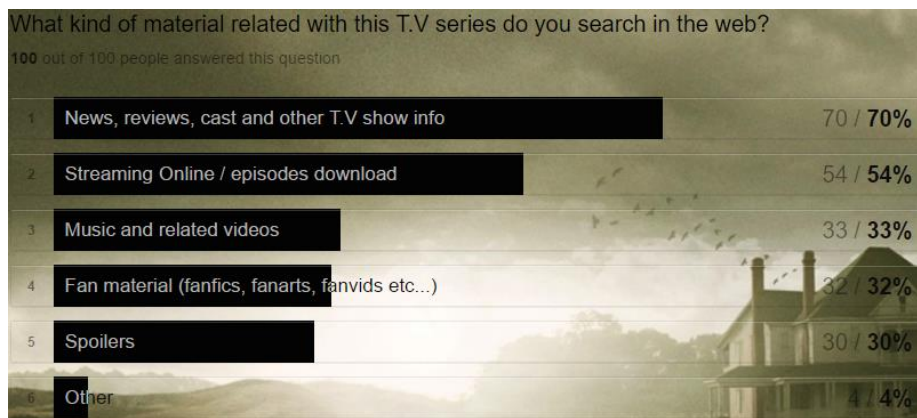
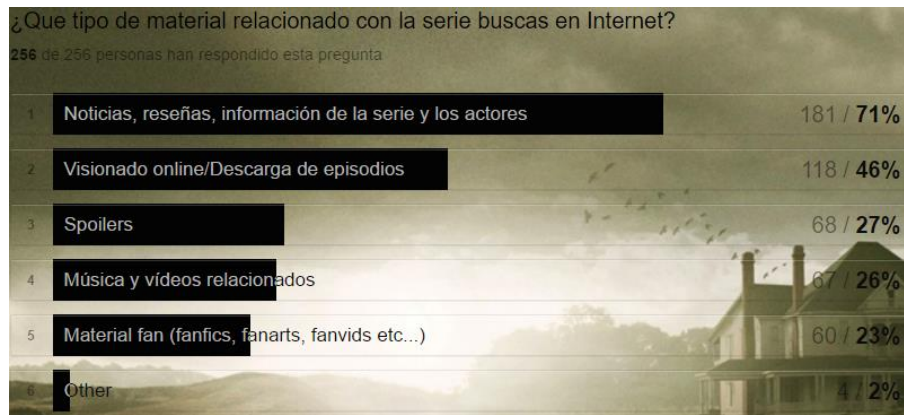


Figura 55. Respuestas de los seguidores de TWD a la pregunta: ¿qué tipo de material relacionado con la serie buscas en internet?

La pregunta acerca de la frecuencia con que buscan información en internet, revela que los seguidores de TWD están más atentos que los seguidores de GOT, al contenido en línea de la serie, aun si esta se encuentra fuera de temporada.

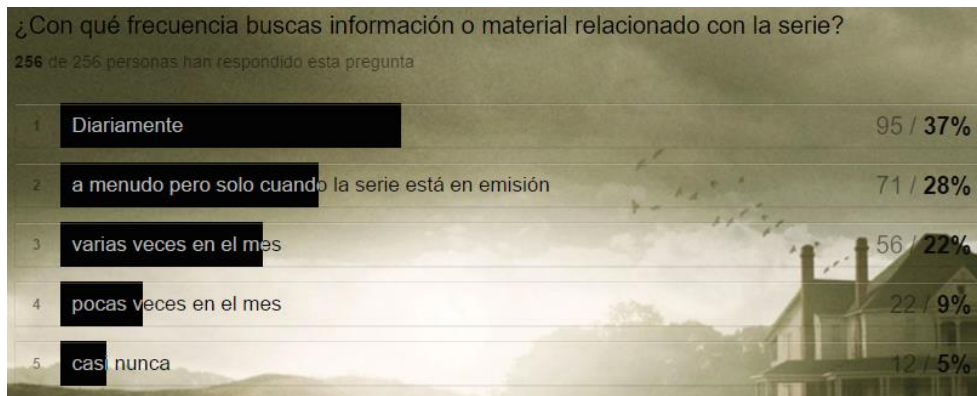


Figura 56. Respuestas de los seguidores de TWD hispanohablantes a la pregunta: ¿Con qué frecuencia buscas información o material relacionado con la serie?

3.3.4 Productividad

Crear material fan no es una práctica extendida entre los participantes de esta encuesta, tampoco lo es administrar un blog o web dedicada a estas ficciones. Los seguidores de GOT que admiten generar algún contenido, se reparten equitativamente entre memes, *gifs* y *fanfics*. Los seguidores de TWD por otro lado tienen una mayor inclinación hacia *fanarts* y *fanvids*, aunque también comparten el gusto por los memes.





Figura 57 . Respuestas de los seguidores de TWD hispanohablantes y de GOT angloparlantes a la pregunta: ¿Has creado algún tipo de material fan basado en la serie?

3.3.5 Fuera de la web

Una gran parte de los encuestados manifiesta no involucrarse con ninguna práctica fan *offline*, aunque un 21, 9% de los fans de GOT y un 15,1 % de los fans de TWD admiten comprar artículos de las series. Vemos también que los seguidores

angloparlantes de ambas series consideran el *binge viewing* con amigos una actividad fan.



Figura 58. Respuestas de los seguidores angloparlantes de ambas series a la pregunta: ¿participas en actividades fan fuera de internet?

En resumen, la encuesta revela que, aunque el público objetivo de estas dos series cuenta con habilidades mediáticas, y la participación ha tenido un crecimiento exponencial gracias a la incursión de las nuevas tecnologías, la productividad, comprendida como la creación y difusión de contenido adaptado de las series, es más bien escasa. Sin embargo, la accesibilidad que otorgan las redes sociales, y las campañas promotoras de las cadenas incentivan a la audiencia a ser más enunciativa.

4. Conclusiones

Esta tesis doctoral surge a raíz de una investigación previa realizada en el Máster de Comunicación y Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona que buscaba establecer qué habilidades mediáticas logran obtener los individuos dentro de un fandom de ficción televisiva. Además se nutre de la experiencia adquirida por esta investigadora tras formar parte de los equipos de investigación del Observatorio de Ficción Española y Nuevas Tecnologías (OFENT), y el grupo español del Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OBITEL).

La investigación propuesta pretende contribuir a los estudios de recepción de ficción televisiva así como a los estudios enfocados en los fandoms como agentes activos dentro de la cultura popular. Las transformaciones concedidas por la web 2.0 a estas comunidades plantean nuevos interrogantes acerca del alcance de su influencia en la interpretación de los textos por la audiencia en general, así como en la creación de nuevos modelos narrativos. Las dos ficciones televisivas del momento, *Game of Thrones* y *The Walking Dead*, resultan el escenario ideal para llevar a cabo un ejercicio analítico de la dinámica entre estas variables.

Los fenómenos televisivos *Game of Thrones* y *The Walking Dead*

Game of Thrones y *The Walking Dead* suman más de cincuenta millones de seguidores en Facebook (¿acaso todos son fans?), sus finales de temporada se convierten en *Trending Topics* instantáneos, y los diarios en línea se llenan de noticias que advierten sobre *spoilers* de estas series. ¿Estamos frente a los epítomes de la narrativa televisiva contemporánea?

Como productos del mercado global, estas dos series invitan a individuos disímiles a un ejercicio de reinterpretación de estos textos bajo sus propios parámetros culturales. Los recursos web de visionado y descargas juegan un papel importante en el proceso de expansión de estas ficciones. Igualmente, son narrativas que resultan atractivas para la audiencia transnacional en gran parte gracias al prestigio de las cadenas que

las producen. HBO y AMC son emblemas de la *Quality Television*. De *The Sopranos* a *Breaking Bad*, sus trayectorias legitiman los contenidos que promueven.

La complejidad que caracteriza a las narrativas de televisión contemporánea de acuerdo con Mittell (2012-2013) se fundamenta en un formato que no sigue los formalismos de las series, ni de los seriales, sino que se adapta a las necesidades específicas del producto televisivo. Las series complejas exploran los eventos, el tiempo, los personajes y el universo narrativo manteniendo un balance entre episodios semiconclusivos y una serialidad en curso. Esta estructura narrativa permite desarrollar más a fondo los personajes, además, las series complejas aportan nuevos matices a los géneros ficcionales existentes y exhiben una estética cinematográfica.

Otra cualidad de la narrativa compleja es que estimula a los espectadores a participar activamente en la deconstrucción de los mecanismos que utiliza. En la actualidad, los televidentes están familiarizados con los convencionalismos de las tramas y por ello, los guiones contemporáneos deben encontrar formas creativas de subvertir técnicas desgastadas y de explorar creativamente el universo narrativo de la serie.

Expertas en su oficio, HBO y AMC deciden apostar prácticamente a la misma fórmula para sus productos estrella: una narrativa serial que desarrolla progresivamente los personajes, que resalta momentos claves de la trama con espectacularidad visual, y que utiliza *cliffhangers* estratégicos. Su estética operativa no recurre a un manejo extraordinario de la diégesis, debido a que las historias que adaptan a la pantalla proceden del medio impreso, de una modalidad de publicación por entregas. El traspaso a un formato serial, que acumula progresivamente afirmaciones narrativas, resulta más orgánico.

GOT presentó un ritmo escénico lento en sus primeras temporadas mientras encontraba la forma adecuada de acoplar las múltiples líneas argumentales de los libros a la pantalla. La densidad del *screen time* (Mittell, 2012 – 2013) se tradujo en una apreciación, por parte de los espectadores, de que había demasiados personajes y costaba seguirles la pista. Si bien es cierto que la audiencia contemporánea se

precia de ser más crítica, y demanda retos a su intelecto (Mittell, 2012 – 2013) el problema en este caso no residía en que las instrucciones para armar el ‘rompecabezas’ fuesen difíciles de comprender, sino que las piezas para armarlo se entregaban cada semana. El apoyo en paratextos que orientaran a los espectadores no familiarizados con los libros, por el universo narrativo de la serie, y que mantuvieran el interés constante entre episodios, fue fundamental para este proceso (Gray, 2010). Sin embargo, la fama de ‘serie impredecible’, adquirida tras la muerte del protagonista en la primera temporada, resultó lo suficientemente atractiva para la audiencia. Aunque cuesta imaginar que este y otros giros dramáticos se hubieran integrado a la trama sin que el texto matriz no lo dictaminara de ese modo. Asimismo, los guionistas de la serie se encargaron de exaltar otros elementos redituables como el sexo y la violencia, a pesar de la gratuidad de muchas de estas inclusiones en la adaptación.

La práctica del *binge viewing* compensó para algunos la falta de ritmo. Recordemos el interés que suscitó la filtración de los primeros cuatro capítulos de la quinta temporada de *Game of Thrones*, antes de su estreno mundial en 2015. HBO aseguró que el incidente se debió a una descuidada manipulación de copias legítimas enviadas a la prensa, pero lo cierto es que este evento solo consiguió alimentar el mito en torno la serie. Las temporadas más recientes se alejaron aún más de su texto matriz, creando tramas originales para aunar líneas argumentales que en las novelas de ASOAIF están dispersas en distintos personajes.



Figura 59. *Explicando Game of Thrones a tu familia*. Meme sin fuente específica.

La simplificación de las líneas argumentales a un promedio de cinco por temporada, permitió que la audiencia reparara más a fondo en los personajes y comenzara a crear alianzas con ellos. El odio unificado hacia los villanos, la atracción por la figura del antihéroe y la identificación con las historias de superación de los héroes, nos indica que el mejor aspecto de la serie son sus personajes, de nuevo, un elemento narrativo construido en las novelas. Ahora bien, intentando congregiar la mayor diversidad de audiencia posible, HBO destaca los elementos sociopolíticos de la trama, como si de un drama histórico se tratase, sobre los elementos más fantásticos del subgénero, asegurándose de cubrir la cuota de espectadores que no están del todo sumergidos en la tendencia friki que se impone en los productos culturales actuales.

Sin embargo, hay que reconocer que el subgénero épico fantástico al que, en términos generales, pertenece GOT, ha alcanzado una gran relevancia a partir del éxito de *The Lord of the Rings*, tal como lo constata el propio George R.R. Martin, creador de la saga. El presupuesto multimillonario invertido a cada episodio, logra materializar la fantasía del mundo creado por Martin con una calidad que no ostenta ninguna producción televisiva en la actualidad, brindando espectacularidad a momentos claves de la trama. Este componente logra minimizar las falencias que pudiese tener el guión adaptado, y es lo que prevalece en la memoria del espectador.

Por otra parte, *The Walking Dead* se postula como una serie que combina el horror y el drama, pero es evidente que se inclina más hacia lo segundo. Aunque TWD pertenece a un canal de cable básico, sorprende con altas dosis de violencia explícita, algo más propio de canales *premium* como HBO, y esta cualidad la hace resaltar en la parrilla. Mientras que GOT tiene problemas comprimiendo toda la información de los libros en diez episodios por temporada, en TWD los dieciséis episodios parecen ser más que suficientes. Los eventos por episodio que consiguen que la trama avance significativamente son contados, las funciones cardinales se concentran en el primer episodio, en el receso de temporada y en el final de temporada.

Su tiempo discursivo no tiene un manejo excepcional salvo algunos capítulos que proponen anacronías, yendo hacia atrás y hacia adelante continuamente durante los

sesenta minutos aproximados que dura el episodio. Esta propuesta de alteración temporal se aplica para aquellos episodios con un matiz autoconclusivo, pero no termina de establecer una complejidad narrativa (entendida como una hibridación entre serial y serie). Los eventos se van acumulando progresivamente como en los seriales típicos.

TWD maneja entre tres y cuatro líneas argumentales por episodio, e intercala secuencias largas de cada una hasta llegar a un desenlace que, en ocasiones, es inesperado, pero usualmente las secuencias solo acumulan tensión y luego la liberan sin mayor impacto en la trama. Es claro que esta serie se enfoca en la introspección de sus personajes más que en cualquier otro elemento, las emociones trepidantes, propias del subgénero al que dice pertenecer, resultan escasas en comparación. Los zombis en cierto punto se vuelven completamente prescindibles para la trama. El propio George A. Romero, creador del concepto zombi en el que se inspira la narrativa, no duda en calificar la serie como «una *soap opera* con algún zombi ocasional¹⁶⁰».

Al igual que GOT, esta serie concentra su atención en la construcción de sus personajes y la audiencia ha respondido favorablemente a este esfuerzo. Cada vez que un personaje principal fallece, se evidencia la interacción parasocial lograda entre personajes y espectadores (Horton & Wohl, 1956). Podemos inferir que tal cercanía afectiva se relaciona también con procesos de identificación (Cohen, 2001), pues, como se constata en la respuesta de la audiencia, los personajes son percibidos con una psiquis y un trasfondo real. El componente serial de la ficción televisiva facilita esta interacción constante entre ficción y realidad a largo plazo.

Los aspectos básicos en el proceso de identificación con personajes: la empatía emotiva (sentir lo que el personaje siente), la cognitiva, (comprender su punto de vista) y la internalización en la ficción, (la sensación de convertirse temporalmente en el personaje), confluyen con la reflexión de Bourdieu sobre la proximidad afectiva que

¹⁶⁰ Véase Robey (2013) *George A Romero: Why I don't like The Walking Dead*. The Telegraph UK. Recuperado de: <http://www.telegraph.co.uk/culture/film/10436738/George-A-Romero-Why-I-dont-like-The-Walking-Dead.html>. [Consulta realiza el 18 de abril de 2017].

promueven los textos populares, ya que la estética popular, a diferencia de la estética burguesa -que valora la distancia y la indiferencia- se caracteriza por «el deseo de entrar en el juego, identificarse con las alegrías y penas de los personajes, preocuparse por su futuro, adoptar sus esperanzas e ideales, vivir su vida» (citado en Jenkins, 2010, pág. 80).



Figura 60. Obituario publicado en un diario de Oregon y reacción de un espectador en Twitter tras la muerte de un personaje de TWD. Fuente: The Batesville Daily Guard. Enlace: <http://guardonline.com/>.

Además el proceso de identificación que ocurre durante el visionado influye en la construcción de la identidad de la porción de audiencia más comprometida con la ficción «los fans constantemente demuestran que se involucran con los personajes para hallarle sentido a sus propias experiencias» (Williams, 2015, pág. 23). Asimismo, las interacciones parasociales promueven la construcción de debates que «ofrecen perspectivas no solo sobre los caracteres ficticios, sino también estrategias para resolver problemas personales» (Jenkins, 2010, pág. 105).

La producción de la serie es consciente de que, más que el atractivo por la violencia y las escenas sangrientas, el programa es impulsado por los personajes; los zombies están para hacerles reaccionar, y la gente responde positivamente a esta interacción gracias al sobresaliente trabajo del elenco.



Figura 61. Características claves de la narrativa de las ficciones objeto de estudio

La estrategia transmedia

El sector audiovisual se ha complejizado con la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, puesto que estas han conseguido que la oferta televisiva sea cada vez más copiosa, respondiendo también a una demanda más activa, autónoma y variable. El consumo televisivo en distintas plataformas ha favorecido el surgimiento de contenido derivado y así mismo, la segmentación de la audiencia ha requerido de estrategias de fidelización para cada nicho específico. Como narrativas globales pertenecientes a este panorama, estas series televisivas plantean una estrategia transmedia táctica (Scolari, Jiménez, & Guerrero, 2012), es decir, que se desarrolla luego de que hubiesen demostrado ser exitosas adaptaciones del medio impreso. El diseño contempló una distribución de contenidos derivados en diferentes plataformas para mantener el interés por el producto central lo cual se corresponde con una gerencia *Top Down* (Ryan, *Transmedial Storytelling and Transfictionality*, 2013).

Este escenario se aleja del modelo de transmedia ideal postulado por Jenkins (2006) en el cual la narrativa tendría una distribución equitativa en distintos medios. Se acerca, en cambio, a la narrativa desbalanceada descrita por Mittell (2012 – 2013) en la cual se destaca un texto principal, rodeado de contenidos breves en otros medios, los cuales se integran de un modo u otro al texto primario. Los contenidos que rodean

las series de este estudio pueden clasificarse como paratextos, dentro de los cuales identifica tres tipos: los que cumplen una función promotora, los que expanden los elementos narrativos, y los que orientan a la audiencia dentro de los universos narrativos complejos.

Las redes sociales han jugado un papel fundamental en la apertura de textos pertenecientes a subculturas específicas (como lo son las series objeto de estudio) a la corriente principal. Los contenidos no oficiales, es decir aquellos que provienen de la porción de audiencia más comprometida, se pueden sumar a las extensiones transmedia.

Tenemos entonces que las series de televisión funcionan como franquicias de los textos matrices (las novelas de ASOIAF y el Cómic de TWD) aportando material nuevo al universo narrativo gracias a las posibilidades del medio audiovisual. Cada serie cuenta con productos satélites en su estrategia transmedia (descritos en el tercer capítulo de este trabajo), paratextos orientativos y promocionales que a su vez motivan la creación de contenido por parte de los fans.

Las extensiones transmedia de TWD se concentran en hacer el producto redituable mientras está en emisión, en concordancia con el protagonismo que cobra la interacción parasocial promovida por su narrativa, mientras que la estrategia de GOT se proyecta más hacia futuro, se enfoca en elaborar un producto coleccionable y consumible aún después de la emisión, acorde con la complejidad de su universo narrativo, sin olvidar el apogeo mediático en el que se encuentra.

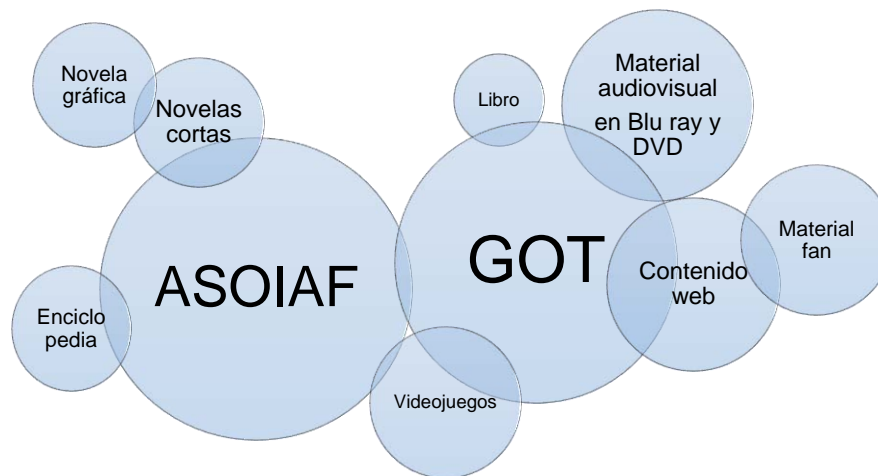


Figura 62. Esquema de las extensiones transmedia de GOT

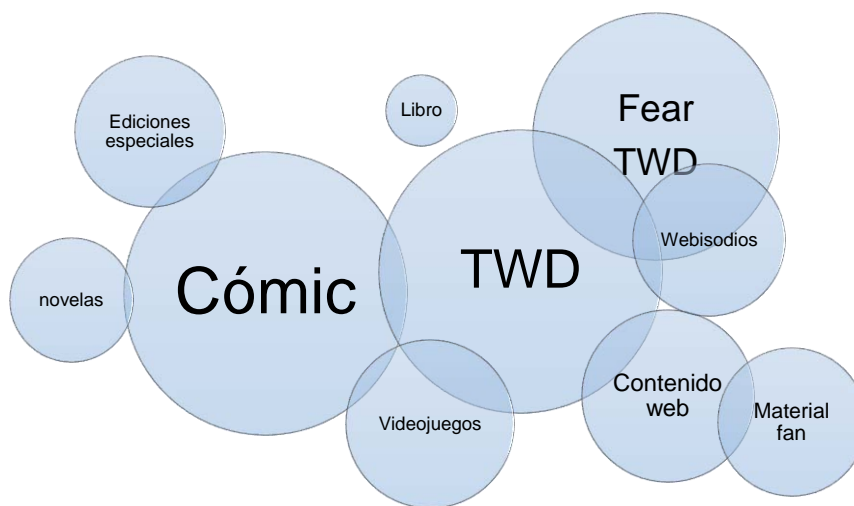


Figura 63. Esquema de las extensiones transmedia de TWD

El discurso de la audiencia

La participación de los televidentes en la web social facilita la obtención de datos cualitativos, los cuales otorgan una perspectiva sociológica a datos estadísticos sobre

audiencia (Echegaray Eizaguirre & Peñafiel Saiz, 2013; Lotz & Ross, 2004), y con base en ello, se pueden construir estrategias de mercado más efectivas. En primera instancia, encontramos que, tanto para GOT como para TWD, el producto de la interacción de la audiencia en los recursos web seleccionados (Facebook, Twitter y foros), adopta la figura *long tail*¹⁶¹ (Lacalle, Jóvenes y ficción televisiva. Construcción de identidad y transmedialidad, 2013). En concordancia con los productos comercializados exclusivamente en la web 2.0, solo un par de categorías del discurso de la audiencia (narrativa y comunidad) tienen una mayor frecuencia, y por tanto se posicionan en la cabeza de la figura, mientras que los temas menos frecuentes conforman una *larga cola*, mostrando su relevancia como conjunto. Estas categorías abarcan desde temas personales y cotidianos que los espectadores entrelazan con su consumo televisivo hasta peticiones a la cadena, referencias a otros textos o mensajes que destacan la calidad estética de las producciones.

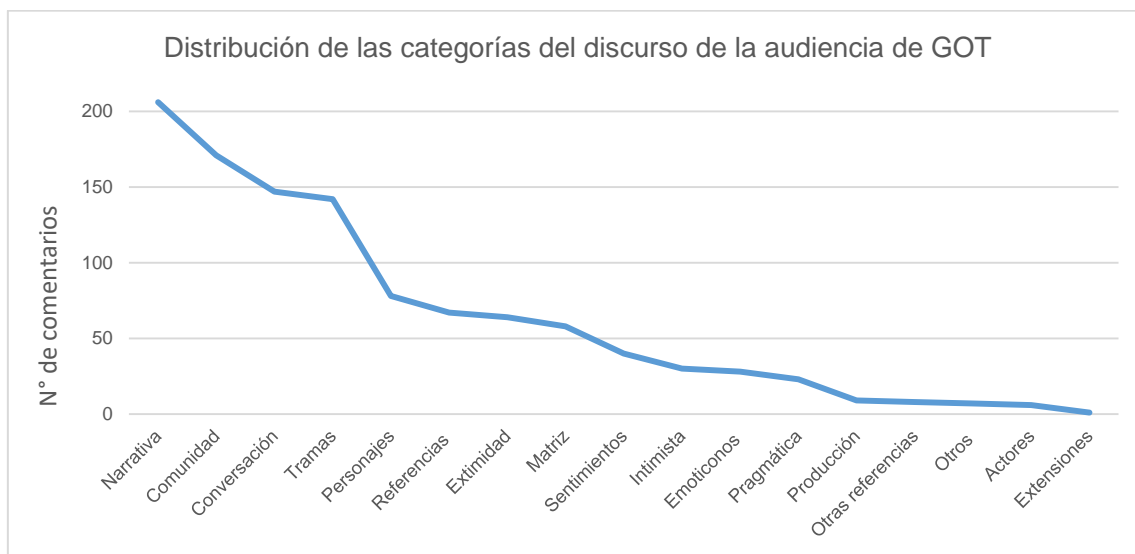


Figura 64. *Long tail* de los comentarios sobre GOT

¹⁶¹ concepto popularizado por Anderson en 2006 que explica la distribución estadística de los productos en modelos de negocio tipo Amazon.

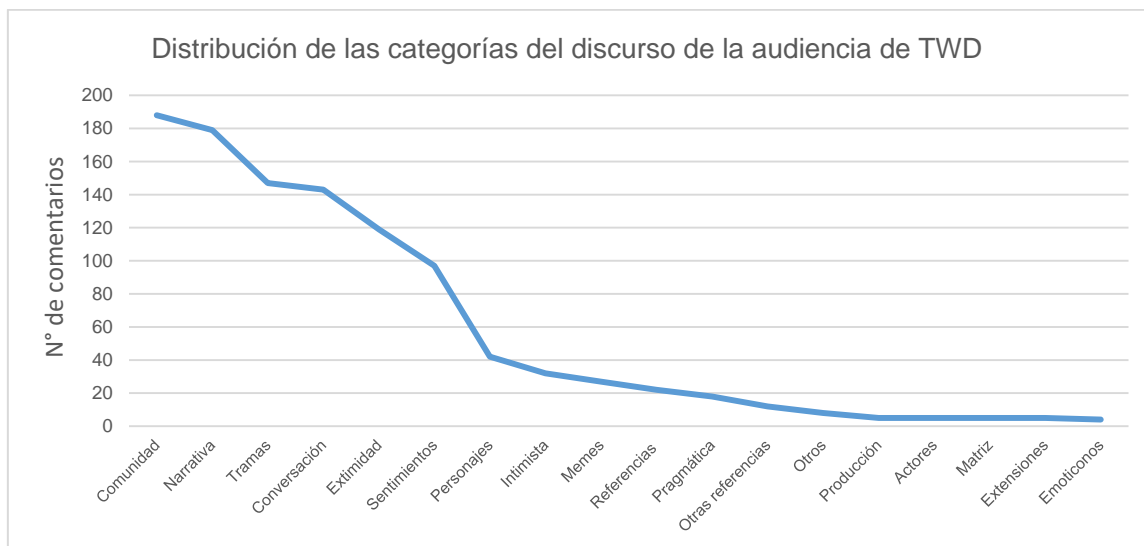


Figura 65. *Long tail* de los comentarios sobre TWD

En ambas series, la narrativa se posiciona en los primeros lugares de la discusión de la web social, confirmando que el compromiso del espectador parte del ejercicio cognitivo, de la comprensión de las normas intrínsecas de la serie, y la información extrínseca del medio televisivo (Mittell, 2012-2013). En términos generales se constata que en Facebook, los usuarios logran demostrar en intervenciones breves el manejo que tienen de los elementos del universo narrativo. En Twitter, los comentarios que se refieren a la narrativa suelen entrelazarse con los componentes de extimidad y comunidad, toda vez que los usuarios se preocupan por que sus publicaciones sirvan a la imagen que proyectan en esta plataforma. Twitter no es considerado un espacio para discutir las tramas concienzudamente, en parte por su restricción de caracteres, pero sí para expresar el favoritismo por un personaje, ya que esta opinión constituye una expresión de la identidad del usuario. Los foros ostentan contribuciones más elaboradas en torno a la narrativa y suelen invitar al debate.

En los comentarios de la audiencia de TWD, se evidencia más una reflexión sobre la narrativa aunada a los sentimientos que esta les inspira. Los comentarios negativos se derivan de una respuesta emotiva del compromiso que se tiene con la serie televisiva. Asimismo la retórica en la web social evidencia las relaciones parasociales contemporáneas, aquellas que surgen entre audiencia y personajes de la ficción,

interacciones que son promovidas por los administradores de los recursos web de las series.

Las reflexiones de los seguidores de GOT sobre la narrativa incluyen más alusiones al texto matriz que los seguidores de TWD. En los foros más que en las redes sociales, es frecuente encontrar comentarios que comparan las series con sus textos primarios, y con base en estas comparaciones los usuarios establecen valoraciones para el producto televisivo. Este tipo de contribuciones exhiben una habilidad analítica posible gracias a que el individuo está familiarizado con el metatexto de la ficción, lo que significa que forma parte de una porción de audiencia más comprometida. En ambas series, los mensajes con referencias a otros textos son principalmente de tipo irónico, también, algunos mencionan la serie entre otros títulos de la programación del día, relacionando así sus hábitos de visionado, o destacando la serie como un evento mediático. La participación de comentarios sobre extensiones transmedia es considerablemente escasa en ambas series, pero de ella se revela que los seguidores de TWD están más al tanto de los productos satelitales creados para promocionar y mantener el interés de la serie entre temporadas que los seguidores de GOT.

El consumo televisivo acompañado de actividad en redes sociales ha transformado el visionado en solitario en una experiencia comunitaria. En la muestra de comentarios se evidencia que los seguidores de TWD aprovechan más la web social para sostener conversaciones con otros usuarios, coordinar acciones, y expresarse con formas de lenguaje propias de la web 2.0 (emoticonos y memes), que los seguidores de GOT, quienes tienden más a debatir en torno a la narrativa. Ambas son formas de participación, pero la estrategia transmedia de TWD está más enfocada a que sus seguidores compartan sus experiencias durante el visionado. También hay que tener en cuenta que el target de esta serie es más joven que el pretendido por GOT, y que el uso de nuevos dispositivos y redes sociales está más normalizado en este público (Lacalle, 2012; Lenhart, Kristen, Smith, & Zickuhr, 2010). Otro aspecto relevante en los comentarios de la audiencia de TWD es un incremento considerable en el uso de memes para opinar y referenciar la serie. Asimismo, se encontró que los mensajes con

emoticonos son más frecuentes en los foros, pues sus interfaces facilitan su indexado. Facebook y twitter hacen más dispendioso agregar estas expresiones faciales computarizadas en los *posts* (no en los chats privados) pues los usuarios deben ingresar una combinación específica de caracteres para obtener el emoticono deseado, copiarlos de otras páginas, o incluso añadir extensiones en sus navegadores.

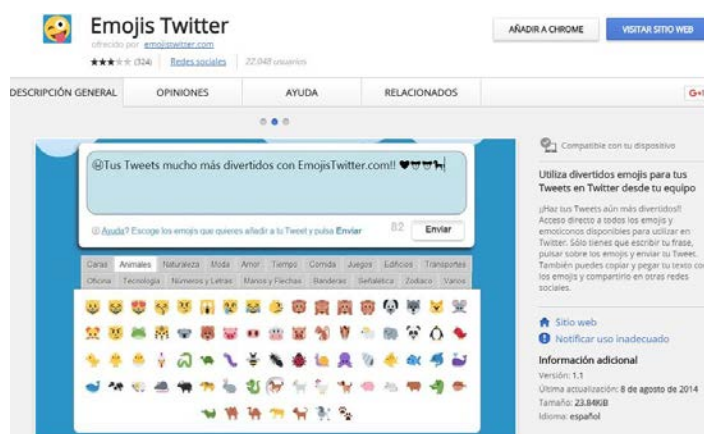


Figura 66. Extensión para Chrome que facilita el indexado de emoticonos en la plataforma Twitter.

Esta mecánica mermaría la espontaneidad que caracteriza las contribuciones de usuarios de Facebook y Twitter, y podríamos inferir entonces que la escasez de emoticonos en los mensajes provenientes de estas plataformas se debe a esta razón. Un estudio implementado por Auverset & Billings (2016) ratifica que los emoticonos no son predominantes en comentarios de Twitter catalogados como emocionales, aunque si se incluyen en comentarios de expectativa. Aun así, el uso de emoticonos es un tópico que merece un seguimiento en las investigaciones sobre audiencia social, para evaluar el progreso de su incorporación a las formas de comunicación en línea.

Identidad y competencia mediática en los fans de GOT y TWD

Teniendo en cuenta que la encuesta estaba dirigida a fans de las series objeto de estudio, se asume que todos aquellos que decidieron contestarla se identifican a sí mismos como fans de estas ficciones televisivas, y en tal caso, resulta intrigante que

los niveles de productividad registrados entre los participantes de ambas series hayan sido mínimos. Sin embargo, esto puede deberse a que su compromiso con el texto no sobrepasa los niveles semiótico y enunciativo contemplados en el modelo de Fiske (1992), los cuales son asumidos por el grueso de la audiencia. Estos niveles parten de la integración de los textos mediáticos a la identidad y a la experiencia social del individuo, lo cual luego se expresa de forma verbal o a través del estilo. El tercer nivel, la productividad textual, implica la creación y difusión de material diverso inspirado en el texto, y este nivel solo lo alcanza una reducida porción de la audiencia.

Si bien el punto álgido del ciclo fan es la productividad, lo cierto es que la mayoría de los individuos no llegan a esta meta. La construcción de una identidad fan comienza con el establecimiento de una proximidad emotiva con el texto, seguida de una relectura, búsqueda de información y una discusión del texto dentro de su contexto social cercano. Actualmente, con el auge de las redes sociales, se ha facilitado que esta discusión se expanda y se gesten rápidamente comunidades, dentro de las cuales, cada individuo participa en la construcción de significados y por ello el fenómeno fan parece más relevante. Sin embargo, otras actividades como producir contenido, organizar y participar en eventos, se reservan para aquellos con una mayor apropiación del texto.

La encuesta revela que el 42,4% de los fans de GOT, y el 56,5 de los fans de TWD están inscritos en un foro en línea dedicado a la serie que siguen, pero solo una pequeña porción de ellos (el 4,7% de los fans de GOT y el 10,11% de los fans de TWD) disfruta participando en las discusiones que se suscitan en este entorno, mientras que el resto satisface su necesidad de información leyendo los comentarios de otros usuarios. Estos últimos son conocidos como *Lurkers* (Baym, 2000) que se abstienen de participar porque consideran que no tienen nada nuevo que aportar a la discusión y tampoco desean ser cuestionados o confrontados. Los foros son espacios de discusión más específicos que las redes sociales, exigen un manejo de las estrategias interpretativas del texto, y de los significados institucionalizados del grupo. En los fandoms solo unos pocos alcanzan el estatus de experto, así como sucede en el

habitus dominante de la cultura oficial, en la cultura fan, las personas con mayor conocimiento se convierten en líderes de opinión.

Los fans encuestados arguyen preferir las fuentes oficiales de información, pero llama la atención que, en suma, las búsquedas que no provienen de dichas fuentes prevalecen. Para empezar, el *streaming* o la descarga de los episodios es una actividad regular para el 60,9% de los fans de GOT y el 48,3% de los fans de TWD, recordemos que precisamente las dos series objeto de este estudio encabezan la lista de descargas ilegales. Asimismo, el disfrute extratextual derivado del consumo de *spoilers* se manifiesta en un 18,8% de los participantes seguidores de GOT y en un 27,5% de los seguidores de TWD. La evaluación de la veracidad de este tipo de contribuciones es una práctica que, no solo promueve la participación, sino que también evidencia la estructura de una comunidad fan, toda vez que se requiere el manejo ciertos protocolos para la interacción. Además los mismos *spoilers* constituyen una forma de paratextos que influyen la lectura y relectura de los textos admirados por los fans (Gray & Mittell, 2007). Por otra parte, el 28,1% de los participantes de la encuesta de GOT y el 25,8% de los participantes de la encuesta de TWD afirma explorar en la web las producciones de otros fans, y esto demuestra la normalización que ha logrado este tipo de material otrora vilipendiando. Incluso, como se evidenció previamente, las productoras los integran a su estrategia transmedia para promocionar la serie y mantener el interés por las tramas cuando las series se encuentran fuera de emisión.

Crear y administrar una web denota una alta competencia mediática, y cuando se dedica a una ficción televisiva, revela también un estrato superior de implicación con el texto. Aunque solo el 15,62% de los fans de GOT y el 10,9% de los fans de TWD encuestados afirma poseer un blog en el cual publican material relacionado con la serie que admiran, esta cuota es suficiente para demostrar que existe una correlación entre las prácticas de los fandom y la apropiación social de las nuevas tecnologías. Además los blogs y las webs, al ser espacios abiertos a la participación y a la evaluación comunitaria, ejemplifican lo lógica del *produsage* planteada por Bruns (2008) en la cual

el entorno digital promueve el uso y la producción simultánea. El producto fan pasa de ser un objeto estático a un proceso que busca la mejora continua, sin esperar beneficios económicos, sino únicamente la satisfacción personal y alcanzar un mejor estatus dentro de la comunidad fan. Este reconocimiento es un incentivo intangible dentro de la economía del regalo que predomina en la cultura fan (Booth, 2010, 2015; Hellekson, 2009, 2015; Sabotini, 1999).

Por otra parte, los productos tangibles en la economía del fandom como *fanfics*, *fanarts* y *fanvids* suman el 16,6% entre los encuestados de TWD y el 12,5% entre los encuestados de GOT, demostrando su prevalencia frente a otros UGC más simples como los memes y los *gifs* que se manifiestan con 6,5% de participación entre los fans de TWD y un 10,9% entre los fans de GOT, cifras relevantes aun en una muestra reducida, pues recordemos que los relatos de los fans en torno a estas dos series en la página fanfiction.net, el archivo de *fanfics* más grande de internet, apenas sumaban 1679 en 2014, y aunque el uso de memes en redes sociales ha aumentado en los últimos años, no predominan en el discurso de la audiencia de estas dos series.

Aunque la mayor parte de los encuestados de ambas series afirma no participar de ninguna actividad fan fuera de la web, la compra de *merchandising* oficial de las series surge como una práctica recurrente entre los fans de GOT (21,9%) y TWD (15,1%) entre las respuestas afirmativas. Sin embargo, esta práctica es superada por el *binge viewing* con amigos en el caso de los seguidores de GOT (29,7%), lo cual concuerda con lo revelado en el análisis de la estructura narrativa de esta ficción, actividad que supera la asistencia a ferias y convenciones (14%) y el *cosplay* (6,2%). Es interesante notar que el consumo televisivo que se había individualizado por la multiplicidad de dispositivos, vuelve a cobrar un sentido comunitario en el plano físico entre los fans de esta serie.

Habiendo ya contestado las preguntas de investigación postuladas inicialmente, con lo cual se alcanzaron los objetivos propuestos, solo nos queda consolidar las conclusiones más relevantes de este estudio. Primero, si bien se constata que la productividad textual se reserva a una porción de los fans, y que a su vez, estos

conforman solo una reducida parte de la audiencia, es evidente también que su función como promotores de las ficciones se amplifica gracias a la web social. Si las estrategias transmedia de los productos televisivos se diseñan en torno a este segmento influyente, lograrán crear fenómenos globales. En los fans recae entonces una importante labor de mercadeo, una alianza tácita con las productoras fundamentada en el entorno de *produsage* y en la economía del regalo. Cabría entonces investigar qué nuevas prácticas han surgido en los fandoms para diversificar las estrategias de mercado de las series de televisión. Tampoco habría que desestimar el papel que juega el antifandom en la construcción de significados en la audiencia, incluyendo este movimiento en futuros análisis.

Segundo, esta tesis ha evidenciado también que, al compás los cambios en la industria televisiva y las tecnologías, las prácticas de los espectadores han evolucionado. La cultura del *spoiler* y el visionado acompañado de actividad en redes sociales involucran una serie de hábitos y procesos cognitivos, antes, durante y después de la emisión, que merecen ser explorados más a fondo, en tanto las plataformas en la web social se rediseñan constantemente, lo que lleva a la discusión en torno a la ficción a otros niveles. Futuros estudios también podrían examinar las formas emergentes de lenguaje en la web 2.0, como una extimidad artificial, que puede compararse entre distintos contextos sociales y plataformas.

5. Bibliografía citada

Libros y artículos en revistas científicas

Abercrombie, N., & Longhurst, B. (1998). *Audiences*. London: SAGE Publications.

Ainasoja, M., Linna, J., Heikkilä, P., Lammi, H., & Oksman, V. (2014). A case study on understanding 2nd screen usage during a live broadcast: A qualitative multi-method approach. *UBICOMM 2014 : The Eighth International Conference on Mobile Ubiquitous Computing, Systems, Services and Technologies* (págs. 196–203). Roma, Italia: ISBN 978-1-61208-353-7.

Allrath, G. (2005). Life in Doppelgangeland: Buffy and Angel. En G. Allrath, & M. Gymnich, *Narrative Strategies in Television Series* (págs. 132 - 152). New York: Palgrave Macmillan.

Allrath, G., Gymnich, M., & Surkamp, C. (2005). Introduction: Towards a Narratology of TV Series. En G. Allrath, & M. Gymnich, *Narrative strategies in television series* (págs. 1 - 43). New York: Palgrave Macmillan.

Álvarez Monzoncillo, J. M. (Ed.). (2011). *La Televisión Etiquetada: Nuevas audiencias, nuevos negocios*. Planeta: Madrid.

Auverset, L., & Billings, A. (2016). Relationships Between Social TV and Enjoyment: A Content Analysis of The Walking Dead's Story Sync Experience. *Social Media + Society*, 1-12. doi:10.1177/2056305116662170

Bacon-Smith, C. (1992). *Enterprising Women: Television Fandom and the Creation of Popular Myth*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Barkhuus, L., & Brown, B. (2009). Unpacking the television: User practices around a changing technology. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction, Vol. 16, No. 3*, 1 - 22.

Barnes, J. (2015). Fanfiction as imaginary play: What fan-written stories can tell us about the cognitive science of Fiction. *Poetics N°48*, 69 - 82.

Barrientos Bueno, M. (2013). Fuentes de inspiración visual en Juego de Tronos. En J. Lozano Delmar, I. Raya Bravo, & F. J. López Rodríguez (Edits.), *Reyes, espadas, cuervos y dragones. Estudio del fenómeno televisivo Juego de Tronos* (págs. 359-390). Madrid: Fragua.

- Barthes, R. (1977). Introducción al análisis estructural de los relatos. En *El análisis estructural* (págs. 2-55). Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- Baym, N. K. (2000). *Tune in, Log on. Soaps, Fandom, and Online Community*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- Bellón Sánchez de la Blanca, T. (2012). Nuevos modelos narrativos. Ficción televisiva y transmediación. *Comunicación, Nº10*, 17 - 31.
- Bishop, K. W. (2010). *American Zombie Gothic: The Rise and Fall (and Rise) of the Walking Dead in the popular culture*. North Carolina: McFarland.
- Black, D. A. (2004). Charactor; or, The Strange Case of Uma Peel. En S. Gwenllian - Jones, & R. Pearson, *Cult Television* (págs. 99 - 114). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Black, R. (2009). English-Language Learners, Fan Communities, and 21st-Century Skills. *Journal of Adolescent & Adult Literacy* 52(8), 688–697.
- Blanc, P. (2012). Fantasía de Invernalía. En G. Altares, P. Blanc, J. Carrión, G. Littman, M. Loureiro, L. Miller, . . . C. William, *Juego de Tronos. Un libro afilado como el acero Valyrio* (págs. 87 - 96). Madrid: Errata Naturae.
- Bonansinga, J. (2011). A Novelist and Zombie Walk in to a Bar. Traslating The Walking Dead to Prose. En J. Lowder (Ed.), *Triumph of The Walking Dead. Robert Kirkman's Zombie Epic on Page and Screen* (págs. 53-65). Dallas, TX., USA: Benbella Books.
- Booth, P. (2010). *Digital Fandom: New Media Studies*. New York: Peter Lang Publishing.
- Booth, P. (2015). Crowdfunding: A Spimatic application of digital fandom. *New media & society Vol. 17(2)* , 149–166.
- Bourdaa, M. (2011). Quality Television: construction and de-construction of seriality. En M. A. ED.Pérez-Gómez, *PREVIOUSLY ON. Estudios interdisciplinarios sobre la ficción televisiva en la Tercera Edad de Oro de la* (págs. 33 - 44). España: Biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.
- Bruns , A., & Schmidt , J.-H. (2011). Prodisage: a closer look at continuing developments. *New Review of Hypermedia and Multimedia*, 17:1, 3-7. doi:10.1080/13614568.2011.563626

- Burgess, J., & Green, J. (2009). *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Campbell, J. (1949 [1959]). *El héroe de las mil caras. Psicoanálisis del mito*. (L. Hernández, Trad.) México: Fondo de Cultura Económica.
- Canovaca de la Fuente, E. (2011). La influencia del serial estadounidense en el mercado español: una comparativa entre *Perdidos* y *El internado*. En E. M. Gómez, *Previously on. Estudios interdisciplinarios sobre la ficción televisiva en la Tercera Edad de Oro de la televisión* (págs. 859-874). Sevilla: Biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.
- Cascajosa Virino, C. (2005). *Prime Time. Las mejores series de TV americanas*. Madrid: Calamar Ediciones.
- Cascajosa Virino, C. (2009). La nueva edad dorada de la televisión norteamericana. *Secuencias: Revista de historia del cine*, 7 - 31.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. (M. Hernández, Trad.) Madrid: Alianza.
- Castro Balbuena, A. (2016). De *Hobbits*, *tronos de hierro* y *vikingos*. Desarrollo narrativo y cronológico de la Fantasía épica. *Tonos Digital*, 1 - 24.
- Chatman, S. (1978). *Story and Discourse, Narrative Structure in Fiction and Film*. New York: Cornell University Press.
- Cho, H.-J. (2005). Reading the “Korean Wave” as a Sign of Global Shift. *Korea Journal*, 147-182.
- Cobo Durán, S. (2013). Guion audiovisual en *Juego de Tronos*: arcos de transformación de los personajes. En J. Lozano Delmar, I. Raya Bravo, & F. J. López Rodríguez (Edits.), *Reyes, espadas, cuervos y dragones. Estudio del fenómeno televisivo Juego de Tronos* (págs. 331 - 358). Madrid: Fragua.
- Cohen, J. (2001). Defining Identification: A Theoretical Look at the Identification of Audiences With Media Characters. *Mass Communication & Society*, 245–264.
- Creeber, G. (2004). *Serial Television. Big Drama on the Small Screen*. London: Cromwell Press.
- Crisóstomo, R. (2014). Le freak, C'est chic: El freak como nuevo héroe de la serialidad contemporánea. *Revista de estudios de comunicación Zer*, 175-189.
- Deltell Escolar, L. (2014). Audiencia social versus audiencia creativa: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico Vol.20 N°1*, 33-47.

- Dena, C. (2009). *Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments*. Australia: University of Sydney.
- Diego, P., & Etayo, C. (2013). Explanatory factors of preferences for domestically-produced versus American-made fiction series. *Communication & Society/Comunicación y Sociedad*, Vol. 26, N°1., 149-169.
- Domsch, S. (2014). Staging Icons, Performing Storyworlds – From Mystery Play to Cosplay. *ACTA UNIV. SAPIENTIAE, FILM AND MEDIA STUDIES*, 9, 125–139.
- Douglas, P. (2015). *The Future of Television*. California: Michael Wiese Productions.
- Duffett, M. (2013). *Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fan Culture*. New York: Bloomsbury Academic.
- Ebert, R. (5 de Enero de 1969). *RogerEbert.com*. Obtenido de Reviews: <http://www.rogerebert.com/reviews/the-night-of-the-living-dead-1968>
- Echegaray Eizaguirre, L., & Peñafiel Saiz, C. (2013). La utilización de las redes sociales como nuevas herramientas aplicadas al análisis de audiencia. *Trípodos N°33*, 157-172.
- Echeverría Arriagada, C. (2014). La subtitulación aficionada de animación japonesa: una aproximación intertextual. *Comunicación y sociedad N°22*.
- Eco, U. (1992). *Los límites de la interpretación*. Barcelona: Lumen.
- Eco, U. (1992). *Obra abierta*. Barcelona: Editorial Planeta-De Agostini, S.A. .
- Eng, L. (2012). Anime and Manga Fandom as Networked Culture. En M. Ito, D. Okabe, & I. Tsuji (Edits.), *Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World* (págs. 158-178). Yale University Press.
- Escalonilla Sánchez, A. (2009). Fantasía de aventuras: La exploración de universos fantásticos en literatura y cine. *Comunicación y Sociedad Vol.XXII N°2*, 109 - 137.
- Expósito Barea, M. (2011). FlashForward o el avance de una muerte anunciada. Quality popular television de saldo. En M. Ed. Pérez-Gómez, *Previously On. Estudios interdisciplinarios de la ficción televisiva en la tercera edad de oro de la televisión* (págs. 121 - 134). Sevilla: Biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

- Fahy, T. (2015). The Walking Dead. An interview with Gale Ann Hurd. En T. Fahy, *The Writing Dead. Talking Terror with TV'S Top Horror Writers* (págs. 93 - 98). University Press of Mississippi.
- Ferrari Nunes, M. (2014). A Emergência da cena cosplay nas culturas juvenis. *significação N°41*, 218 - 235.
- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. New York: Methuen & Co.
- Fiske, J. (1992). The Cultural Economy of Fandom. En L. A. Lewis, *Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media* (págs. 30 - 49). London. New York: Routledge.
- Flint, D. (2010). *Holocausto Zombi*. (M. Fernández Gutiérrez, Trad.) Barcelona: Ediciones Robinbook.
- Fuenzalida, V. (2002). *Televisión abierta y audiencia en América Latina*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- García García, P. (2013). La serie-novela HBO: Juego de Tronos en la era de la televisión por entregas. En J. Lozano Delmar, I. Raya Bravo, & F. J. López Rodríguez (Edits.), *Reyes, espadas, cuervos y dragones. Estudio del fenómeno televisivo Juego de Tronos* (págs. 61 - 90). Madrid: Fragua.
- García Landa, J. Á. (1998). *Acción, relato, discurso. Estructura de la ficción narrativa*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- García Martínez, A. (2012). Una máquina de contar historias. Complejidad y revolución del relato televisivo. En J. M. Toro Martín, I. Bel, & A. (. Sánchez Tabernero, *La Televisión en España. Informe 2012* (págs. 267-288). Madrid: Deusto - UTECA.
- García Martínez, A. (2014). El fenómeno de la serialidad en la tercera edad de oro de la televisión. En E. E. Fuster, *La figura del padre nella serialità televisiva* (págs. 19-42). Roma: EDUSC.
- Genette, G. (1989). *Figuras III*. Barcelona: Lumen S.A.
- Genette, G. (1997). *Paratexts Thresholds of interpretation*. (J. Lewin, Trad.) New York: Cambridge University Press .
- Godwin, V. (2015). Mimetic fandom and one-sixth-scale action figures. *Transformative Works and Culture Vol.20*. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.3983/twc.2015.0686>
- Grandío Pérez, M., & Diego González, P. (2009). La influencia de la sitcom americana en la producción de comedias televisivas en España. El caso de "Friends" y "7 Vidas". *Ámbitos N°18*, 83-97.

- Gray , J., & Murray, S. (2016). Hidden: Studying media dislike and its meaning. *International Journal of Cultural Studies* Vol.19(4), 357–372. doi:10.1177/1367877915572223
- Gray, J. (2005). Antifandom and the Moral Text: Television Without Pity and Textual Dislike. *The American Behavioral Scientist*, 840 - 858.
- Gray, J. (2010). *Show Sold Separately. Promos, Spoilers and other Media Paratexts*. New York: New York University Press.
- Gray, J., & Mittell, J. (2007). Speculation on Spoilers: Lost Fandom, Narrative Consumption and Rethinking Textuality. *Particip@tions Volume 4*.
- Grossberg, L. (1992). Is There a Fan in the House?: The Affective Sensibility of Fandom. En L. A. Lewis, *Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media* (págs. 50 - 68). London. New York: Routledge.
- Guo, M., & Chan-Olmsted , S. (2015). Predictors of Social Television Viewing: How Perceived Program, Media, and Audience Characteristics Affect Social Engagement With Television Programming. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 59:2, 240-258. doi:10.1080/08838151.2015.1029122
- Haig, F. (2013). Guilty Pleasures: Twilight, snark and ironic fandom. En S. H. Wickham Clayton (Ed.), *Screening Twilight: Critical Approaches to a Cinematic Phenomenon*. London: IB Tauris.
- Hale, M. (2014). Cosplay: Intertextuality, Public Texts, and the Body Fantastic. *Western Folklore*. 73, 1, 5 - 37.
- Han , H.-J., & Lee, J.-S. (2008). A Study on the KBS TV Drama Winter Sonata and its Impact on Korea's Hallyu Tourism Development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 115-126.
- Harman, S., & Jones, B. (2013). Fifty shades of ghey: Snark fandom and the figure of the anti-fan. *Sexualities* 16 (8), 951 - 968.
- Harvey, C. B. (2015). *Fantastic Transmedia: Narrative, Play and Memory Across Science Fiction and Fantasy Storyworlds*. London: Palgrave Macmillan.
- Heinrich, K. (2013). Cosplay: A Transnational Fan Community. *The Phoenix Papers* Vol. 1, No. 2, 121-140.
- Hellekson, K. (2015). Making Use Of: The Gift, Commerce, and Fans. *Cinema Journal* 54 No. 3 , 125 - 155.

- Hellekson, K. (2009). A Fannish Field of Value: Online Fan Gift Culture. *Cinema Journal*, 113-118 .
- Hernández Pérez, M., & Grandío Pérez, M. (2011). Narrativa crossmedia en el discurso televisivo de Ciencia Ficción. Estudio de Battlestar Galactica (2003-2010). *Área Abierta N° 28*, 1 - 20.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado , C., & Baptista Lucio , P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Highfield , T., Harrington, S., & Bruns, A. (2013). Twitter as a Technology for Audiencing and Fandom. *Information, Communication & Society*, 16:3, 315-339. doi:10.1080/1369118X.2012.756053
- Hills, M. (2002). *Fan Cultures*. London: Routledge.
- Hills, M. (2013). Fiske's 'textual productivity' and digital fandom: Web 2.0 democratization versus fan distinction? *Participations Vol.10*, 130 - 153.
- Hopkins, D. (2011). The Hero Wears the Hat. Carl as 1.5-Generation Immigrant and True Protagonist. En J. Lowder (Ed.), *Triumph of The Walking Dead. Robert Kirkman's Zombi Epic on Page and Screen* (págs. 201-216). Dallas, TX.: Benbella Books.
- Horton, D., & Wohl, R. (1956). Mass Communication and Para-social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry 19*, 185 - 206.
- Igartúa, J. J. (2010). Identification with characters and narrative persuasion through fictional feature films. *Communications N°35*.
- Ito, M. (2012). Introduction. En M. Ito, D. Okabe, & I. Tsuji (Edits.), *Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World* (págs. 11-32). Yale University Press.
- Jenkins, H. (1992). 'Strangers No more, We Sing!': Filking and the Social Construction of the Science Fiction Fan Community. En L. A. Lewis, *Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media* (págs. 208 - 236). London. New York: Routledge.
- Jenkins, H. (15 de enero de 2003). *Transmedia Storytelling*. Obtenido de MIT Technology Review: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2010). Transmedia Storytelling and Entertainment: An annotated syllabus. *Continuum N°24*, 943-958.

- Jenkins, H. (2010). Transmedia Storytelling and Entertainment: An annotated syllabus. *Continuum N°24*, 943-958.
- Jenkins, H., & Tulloch, J. (1995). *Science Fiction Audiences: Watching Doctor Who and Star Trek*. New York: Routledge.
- Jenson, J. (1992). Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization. En L. A. Lewis, *Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media* (págs. 9 - 30). London. New York: Routledge.
- Kahne, J., Lee, N.-J., & Timpany Feezell, J. (2012). Digital Media Literacy Education and Online Civic and Political Participation. *International Journal of Communication*, 1 - 24.
- Kay, G. (2008). *Zombie Movies: The Ultimate Guide*. Chicago: Chicago Review Press.
- Kim, Y. (2006). The rising East Asian 'Wave': Korean media go global. En D. K. Thussu, *Media on the Move: Global Flow and Contra-Flow* (págs. 121 - 135). New York: Routledge.
- Kim, Y. (2013). *The Korean Wave: Korean Media Go Global*. New York: Routledge.
- Kligler-Vilenchik, N., McVeigh-Schultz, J., Weitbrecht, C., & Tokuhama, C. (2012). Experiencing fan activism: Understanding the power of fan activist organizations through members' narratives. *Transformative Works and Cultures Vol.10*.
- Labra, D. (2011). ¿Por qué fantaseamos con el apocalipsis zombie? Lo que dice de nosotros el éxito *The Walking Dead* y otras ficciones del capitalismo tardío. *El toldo de Astier Año 3 N°4*, 95 - 104.
- Lacalle, C. (Ed.). (2013). *Jóvenes y ficción televisiva. Construcción de identidad y transmedialidad*. Barcelona: Advisory Board.
- Lacalle, C., & Castro-Mariño, D. (marzo-abril de 2016). Promotion of Spanish Scripted Television on the Internet: Analyzing Broadcast-Related Website's Content And Social Audience. *El profesional de la información*, 25(2), 146 - 253.
- Lamerichs, N. (2011). Stranger than fiction: Fan identity in cosplay. *Transformative Works and Cultures, Vol 7*, 1-15.
- Lamerichs, N. (2013). The cultural dynamic of doujinshi and cosplay: Local anime fandom in Japan, USA and Europe. *Participations Volume 10, Issue 1*, 154-176.

- Larsen, P. (2010). The grey area. A rough guide. Television fans, internet forums, and the cultural public sphere. En J. Gripsrud (Ed.), *Relocating television. Television in the Digital Context* (págs. 157-168). New York: Routledge.
- Lenhart, A., Kristen, P., Smith, A., & Zickuhr, K. (2010). Social Media and Young Adults. *Pew Research Center Internet, Science & Tech*. Obtenido de <http://www.pewinternet.org/2010/02/03/social-media-and-young-adults/>
- Lévy, P. (2004). *Inteligencia colectiva. Por una antropología del espacio*. (F. Martínez Álvarez, Trad.) Washington: Organización Panamericana de la Salud. Obtenido de <http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/public/documents/pdf/es/inteligenciaColectiva.pdf>
- Lewis, L. A. (1992). 'Something More Than Love': Fan Stories on Film. En L. A. Lewis, *Adoring Audiences. Fan Culture and Popular Media* (págs. 135 - 162). London. New York: Routledge.
- Liaguño, V. (2011). Happy En(Trails) Violence and Viscera on The Walking Dead. En J. Lowder (Ed.), *Triumph of the Walking Dead: Robert Kirkman's Zombie Epic on Page and Screen* (págs. 116 - 126). Dallas, Texas: Benbella Books.
- Livingstone, S. (2004). The Challenge of Changing Audiences. *European Journal of Communication Vol 19(1)*, 75–86.
- López Rodríguez, F., & García, J. (2013). Arquetipos femeninos en Juego de Tronos: tipología y roles de género. En J. Lozano Delmar, I. Raya Bravo, & F. J. López Rodríguez (Edits.), *Reyes, espadas, cuervos y dragones. Estudio del fenómeno televisivo Juego de Tronos* (págs. 201-228). Madrid: Fragua.
- Lotz, A., & Ross, S. (2004). Toward Ethical Cyberspace Audience Research: Strategies for Using the Internet for Television Audience Studies. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48:3, 501-512. doi:10.1207/s15506878jobem4803_9
- Lozano Delmar, J., Raya Bravo, I., & López Rodríguez, F. (2013). Una aproximación al fenómeno televisivo Juego de Tronos. En J. Lozano Delmar, I. Raya Bravo, & F. J. López Rodríguez (Edits.), *Reyes, espadas, cuervos y dragones. Estudio del fenómeno televisivo Juego de Tronos* (págs. 9-30). Madrid: Fragua.
- MacDowell, J., & Zborowski, J. (2013). The Aesthetics of 'So Bad it's Good'. *Intensities: The Journal of Cult Media*, 1-30.

- Mamber, S. (2003). Narrative Mapping. En A. Everett, & J. Caldwell (Edits.), *New Media: Theories and Practices of Intertextuality* (págs. 145-158). Routledge.
- Martin, B. (2014). *Hombres fuera de serie*. Barcelona: Planeta, S.A.
- Martínez Lucena, J. (2012). *Ensayo Z. Una antropología de la carne perecedera*. España: Berenice.
- Medina, M., & Barrón, L. (2010). La telenovela en el mundo. *Palabra Clave vol.13 no.1*, 77-97.
- Miller, L. (2012). ¡Ponte a escribir, George R.R. Martin! En G. Altares, P. Blanc, J. Carrión, G. Littman, M. Loureiro, L. Miller, . . . C. William, *Juego de Tronos. Un libro afilado como el acero Valyrio* (págs. 5 - 30). Madrid : Errata Naturae.
- Milne, J. M. (2004). *Weblogs and the Technology Lifecycle: Context, Geek-Chic and Personal Community*. College of Arts and Sciences University of South Florida. Obtenido de http://etd.fcla.edu/SF/SFE0000300/Milne_Diss.pdf
- Mittell, J. (2006). Narrative Complexity in Contemporary American Television. *The Velvet Light Trap*, 29 - 40.
- Mittell, J. (2012 - 2013). *Complex TV. The Poetics of Contemporary Television Storytelling*. Obtenido de Media Commons Press: <http://mcpres.media-commons.org/complextelevision/complexity/>
- Molpeceres, S., & Rodríguez, M. (2014). La inserción del discurso del receptor en la narrativa transmedia: el ejemplo de las series de televisión de ficción. *Historia y Comunicación Social Vol 19*, 31 - 42. doi:10.5209/rev_HICS.2014.v19.45008
- Murillo Sandoval, S., & Escala Rabadán, L. (2013). De Betty, la Fea a Ugly Betty. Circulación y Adaptación de Narrativas Televisivas. *Cuadernos info N°33*, 99-112.
- Okabe, D. (2012). Cosplay, Learning, and Cultural Practice . En M. Ito, D. Okabe, & I. Tsuji (Edits.), *Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World* (págs. 225-248). Yale University Press.
- Örnebring, H. (2007). Alternate Reality Gaming and Convergence Culture: The Case of Alias. *International Journal of Cultural Studies 10 (4)*, 445–462.
- Ortega, A. (2007). *La fuerza de los pocos*. Galaxia Gutenberg.
- Ortiz, R. (2003). Globalización y esfera pública: entre lo nacional y lo transnacional. En J. M. Pereira G, M. Villadiego Prins, C. Ferrari, D. Valencia, O. Rincón, F. Sierra,

- . . . G. Alba, *Comunicación, cultura y globalización* (págs. 25-45). Bogotá: CEJA Centro Editorial Javeriano.
- Pardo, A., & Diego, P. (2008). La ficción televisiva en España: una reinención del género y adaptación a la industria. *The Changing Media Business Environment, Formalpress.*, 43-58.
- Pavón Cuellar, D. (2014). Extimacy. *Encyclopedia of Critical Psychology*, 661-664.
- Pearson, R. (2010). Fandom in the Digital Era. *Popular Communication N°8*, 84 - 95.
- Peaty, G. (2014). Zombie Time. Temporality and Living Dead. En D. Keetley (Ed.), *"We're All Infected": Essays on AMC's The Walking Dead and the Fate of the Human* (págs. 186 - 200). North Carolina, USA: Mc Farland & Company Inc.
- Pereira G, J. M., & Villadiego Prins, M. (2003). Comunicación, cultura y globalización. Cátedra UNESCO de Comunicación 2002. En J. M. Pereira, M. Villadiego Prins, R. Ortiz, C. Ferrari, D. Valencia, O. Rincón, . . . G. Alba, *Comunicación, cultura y globalización* (págs. 11-24). Bogotá: CEJA Centro Editorial Javeriano.
- Pérez de Algaba Chicano, C. (2013). Escribiendo fantasía en imágenes. Análisis audiovisual de Juego de Tronos. En J. Lozano Delmar, I. Raya Bravo, & F. J. López Rodríguez (Edits.), *Reyes, espadas, cuervos y dragones. Estudio del fenómeno televisivo Juego de Tronos* (págs. 391-422). Madrid: Fragua.
- Pérez-Gómez, M. A. (2011). Prologo: Cult TV y nuevas audiencias. En M. A. Ed.Gómez, *Previously On. Estudios interdisciplinarios sobre la ficción televisiva en la Tercera Edad de Oro de la televisión* (págs. 21 - 32). España: Biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.
- Pizarroso Quintero, A. (1997). La gran ciudad estadounidense como transposición e ideal en el cine español. *Revista de Estudios Norteamericanos. N° 5*, 133-155.
- Raya Bravo, I. (2013). Juego de Tronos, una fantasía realista. En J. Lozano Delmar, I. Raya Bravo, & F. J. López Rodríguez (Edits.), *Reyes, espadas, cuervos y dragones. Estudio del fenómeno televisivo Juego de Tronos* (págs. 145-170). Madrid: Fragua.
- Raya Bravo, I., & García García, P. (2013). El camino hacia Juego de Truenos. Nuevas tendencias en la fantasía cinematográfica y televisiva del nuevo milenio. En J. Lozano Delmar, I. Raya Bravo, & F. J. López Rodríguez (Edits.), *Reyes, espadas, cuervos y dragones. Estudio del fenómeno televisivo Juego de Tronos* (págs. 33 - 60). Madrid: Fragua.

- Rehak, B. (2014). Materiality and object-oriented fandom. *Transformative Works and Cultures* N°16. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.3983/twc.2014.0622>
- Richeri, G. (2016). Crisis del mercado televisivo y nuevo modelo comercial. En M. Francés i Domènec, & G. Orozco Gómez, *Nuevos modelos mediáticos. Diversidad, usuarios y ventanas* (págs. 27- 40). Madrid: Síntesis.
- Rochibaud, C. (2012). La suerte moral de Tyrion Lannister. En G. Altares, P. Blanc, J. Carrión, G. Littman, M. Loureiro, L. Miller, . . . C. William, *Juego de Tronos. Un libro afilado como el acero Valyrio* (págs. 151-170). Madrid: Errata Naturae.
- Ross, S. M. (2008). *Beyond the Box. Television and the Internet*. Malden, USA: Blackwell, Publishing.
- Ryan, M.-L. (2006). From Parallel Universes to Possible Worlds: Ontological Pluralism in Physics, Narratology, and Narrative. *Poetics Today* N°27, 633 - 674.
- Ryan, M.-L. (2013). Transmedial Storytelling and Transfictionality. *Poetics Today* N°34, 361 - 388.
- Ryan, M.-L. (2016). Transmedia narratology and Transmedia Storytelling. *Artnodes* N°18, 1 - 10.
- Sabotini, R. (1999). *The Fannish Potlatch: Creation of Status Within the Fan Community*. Obtenido de The Fanfic Symposium: <http://www.trickster.org/symposium/symp41.htm>
- Samutina, N. (2016). Fan fiction as world-building: transformative reception in crossover writing. *Continuum* N°30:4, 433-450.
- Sánchez Escalonilla, A. (2009). Fantasía de aventuras: La exploración de universos fantásticos en literatura y cine. *Comunicación y Sociedad* Vol. 22 N°2, 109 - 137.
- Sandvoss, C. (2005). *Fans the Mirror of Consumption*. Cambridge: Polity Press.
- Scolari, C. A., Jiménez, M., & Guerrero, M. (2012). Narrativas transmediáticas en España: cuatro ficciones en busca de un destino cross-media. *Comunicación y sociedad*, 137-163.
- Sconce, J. (1995). Trashing the Academy, taste, excess, and an emerging politics of cinematic style. *Screen*, 371-393.
- Serrano Cueto, J. (2009). *Zombie Evolution. El libro de los muertos vivientes en el cine*. Madrid: T&B Editores.

- Sinclair, J. (1999). *Latin American Television : A Global View*. New York: Oxford University Press.
- Sprague de Camp , L., & Carter, L. (1968). *Conan of the Isles*. United States: Lancer Books.
- Stacey, J. (1994). *"Star Gazing" Hollywood cinema and female spectatorship*. London: Routledge.
- Stanfill, M., & Condis, M. (2014). Fandom and/as labor. *Transformative Works and Cultures Vol. 15*.
- Stein, L. (2006). "This Dratted Thing" Fannish Storytelling Through New Media. En K. Hellekson, & K. Busse, *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet: New Essays* (págs. 245 - 260). USA: McFarland & Company, Inc.
- Strachan, A. (2013). The power behind the Thrones; Writers of epic smash satisfy demanding fantasy fans. *Edmonton Journal*.
- Thompson, K. (2007). *The Frodo Franchise: The Lord of the Rings and Modern Hollywood*. California: University of California Press.
- Thompson, R. J. (1996). *Television's Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER*. New York: Continuum .
- Tocci, J. (2007). *The Well-Dressed Geek: Media Appropriation and Subcultural Style*. Annenberg School for Communication. Pennsylvania: MIT5, Massachusetts Institute of Technology.
- Todorov, T. (1981). *Introducción a la literatura fantástica*. México: Premia.
- Turk, T. (2014). Fan work: Labor, worth, and participation in fandom's gift economy. *Transformative Works and Cultures N°15*.
- Ward, A. (2011). *Realising the Dream: The Story of Epic Fantasy*. Adelaide, South Australia: Flinders University.
- Williams, R. (2015). *Post - Object Fandom. Television, Identity and Self-narrative*. New York: Bloomsbury Academic.
- Zakowski, S. (2014). Time and Temporality in the Mass Effect Series: A Narratological Approach. *Games and Culture Vol.9 (1)*, 58 - 79.

Documentos de internet, diarios y revistas divulgativas

7 formas en las que 'Fear The Walking Dead' podría conectar con 'The Walking Dead' (2016). Fotogramas. Recuperado de: <http://www.fotogramas.es/series-television/7-formas-en-las-que-Fear-the-Walking-Dead-podria-conectar-con-The-Walking-Dead>. [Consulta realizada el 18 de abril de 2017].

'Game of Thrones' Season 3 finale ratings: Second most-watched episode ever (2013). Screener. Recuperado de: <http://screenertv.com/news-features/game-of-thrones-season-3-finale-ratings-second-most-watched-episode-ever/>. [Consulta realizada el 17 de marzo de 2017].

'Game of Thrones' Was The Most Mentioned Television Show on Facebook in 2014. (2014). Screener. Recuperado de: <http://tvbythenumbers.zap2it.com/network-press-releases/game-of-thrones-was-the-most-mentioned-show-on-facebook-in-2014/>. [Consulta realizada el 18 de marzo de 2017].

'Juego de tronos' se corona en los Emmy 2016 como la serie de la década (2016). El País. Recuperado de: http://cultura.elpais.com/cultura/2016/09/19/television/1474255235_789737.html. [Consulta realizada el 18 de marzo de 2017].

Ávila Villares (2016) *De Dorne a Vaes Dothrak: todos los escenarios de Juego de Tronos en Andalucía*. EL Diario. Recuperado de: http://www.eldiario.es/andalucia/pasaporte/Andalucia-reino-Dorne_0_555394843.html. [Consulta realizada el 17 de abril de 2017].

Barkan (2016) *10 Major Differences Between "The Walking Dead" Show and Comic*. Bloody Disgusting. Recuperado de <http://bloody-disgusting.com/comics/3410195/10-major-differences-walking-dead-show-comic/>. [Consulta realizada el 02 de abril de 2017].

BBC Mundo Redacción (2017). *HBO anuncia la fecha de estreno de la séptima temporada "Game of Thrones"*. BBC Mundo. Recuperado de: <http://www.bbc.com/mundo/noticias-36936458>. [Consulta realizada el 27 de marzo de 2017].

Birnbaum, Debra (2017) *'Game of Thrones' will end with eighth season, HBO confirms*. Screener. Recuperado de: <http://tvbythenumbers.zap2it.com/more-tv-news/game-of-thrones-will-end-with-eighth-season-hbo-confirms/>. [Consulta realizada el 27 de marzo de 2017].

Bolen, Michael (2013). *Why Breaking Bad Would Never Happen In Canada (COMIC)*. Huffpost TV Canada. Recuperado de: http://www.huffingtonpost.ca/2013/09/24/breaking-bad-canadacomichealth_n_3984793.html. [Consulta realizada el 25 de noviembre de 2016].

Eco, Umberto (1975) [2011] *Casablanca, o el renacimiento de los dioses*. Tributo a Casablanca. Recuperado de: <https://equinoccial.wordpress.com/2011/02/03/casablanca-o-el-renacimiento-de-los-dioses/>. [Consulta realizada el 13 de mayo de 2015].

Eco, Umberto (2010). *El reencuentro de los arquetipos*. Tributo a Casablanca. Recuperado de: <https://equinoccial.wordpress.com/2010/11/30/el-reencuentro-de-los-arquetipos/>. [Consulta realizada el 12 de mayo de 2015].

Egner (2016) *Ramsay Bolton of 'Game of Thrones' Is the Most Hated Man on TV*. The New York Times, Recuperado de: https://www.nytimes.com/2016/04/24/arts/television/ramsay-bolton-of-game-of-thrones-is-the-most-hated-man-on-tv.html?_r=0. [Consulta realizada el 11 de abril de 2017].

Emmys 2016: Game of Thrones breaks Frasier's record and wins best drama again (2016) The Guardian. Recuperado de <https://www.theguardian.com/tv-and>

radio/2016/sep/18/game-of-thrones-emmy-awards-2016-breaks-record-best-drama. [Consulta realizada el 27 de marzo de 2017].

Estadísticas Foro en Español de Walkingdead.es. Recuperado de: <http://walkingdead.es/foro/>. [Consulta realizada el 30 de marzo de 2017].

Game of Thrones: Season Two Ratings (2012). TV Series Finale. Recuperado de: <http://tvseriesfinale.com/tv-show/game-of-thrones-season-two-ratings-22729/>. [Consulta realizada el 17 de marzo de 2017].

GameofThrones. [GameofThrones]. (12, de mayo de 2014). Game of Thrones Season 4: Episode #6 Clip - Tyrion's Breakdown (HBO) [Archivo de video]. Recuperado de [http: https://www.youtube.com/watch?v=uvX4k_3Cmvs](http://https://www.youtube.com/watch?v=uvX4k_3Cmvs)

Game of Thrones to end after season eight in 2018. (2016) BBC News. Recuperado de: <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-36934888>. [Consulta realizada el 27 de marzo de 2017].

Game of Thrones season 6: Cost of HBO hit rockets to \$10m per episode (2016). The Independent UK. Recuperado de: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/game-of-thrones-season-6-hbo-spends-over-10m-on-each-episode-a6959651.html>. [Consulta realizada el 18 de marzo de 2017].

Game of Thrones Awards (2017) IMBd. Recuperado de: <http://www.imdb.com/title/tt09444947/awards>. [Consulta realizada el 27 de marzo de 2017].

Geddert, Joel (2013 – 2016) *Game of Thrones episode chapter coverage*. Recuperado de: <http://joeltronics.github.io/got-book-show/bookshow.html>. [Consulta realizada el 16 de marzo de 2017].

Harris (2016) *Hold the door and defend the Wall at interactive Game of Thrones fan events, coming soon. Winter is Coming*. Recuperado de:

<http://winteriscoming.net/2016/11/14/game-thrones-season-6-blu-ray-interactive-fan-event-announced/>. [Consulta realizada el 20 de abril de 2017].

Harrison, Andrew (2013) *Rise of the new geeks: how the outsiders won*. The Guardian. Recuperado de: <https://www.theguardian.com/fashion/2013/sep/02/rise-geeks-outsiders-superhero-movies-dork>. [Consulta realiza el 25 de enero de 2015].

Hibberd, James (2016) *Game of Thrones lockdown: HBO won't send press any season 6 episodes*. Recuperado de <http://www.ew.com/article/2016/03/02/game-thrones-season-6-review-screeners>. [Consulta realizada el 28 de junio de 2016].

Hooton (2016) *Jon Snow: Alive or dead? Game of Thrones season 6 episode 2 finally had the answer*. Independent UK. Recuperado de: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/jon-snow-alive-or-dead-game-of-thrones-season-6-episode-2-finally-had-the-answer-a7009541.html>. [Consulta realizada el 10 de abril de 2017].

Lawson, Richard (2012) *The Case for 'Breaking Bad' as Television's Best Show*. The Atlantic. Recuperado de: <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/07/case-breaking-bad-televisions-best-show/325927/>. [Consulta realizada el 29 de marzo de 2017].

Marcos, Natalia (2016). *Todo lo que se sabe sobre la temporada 7 de 'Juego de tronos'*. El País. Recuperado de: http://cultura.elpais.com/cultura/2016/06/30/television/1467277378_744915.html. [Consulta realizada el 27 de marzo de 2017].

McGray, Douglas (2009). *Japan's Gross National Cool*. FP. Recuperado de: <http://foreignpolicy.com/2009/11/11/japans-gross-national-cool/>. [Consulta realizada el 12 de septiembre de 2014].

Mittell (2012) *The Scenic Rhythms of Game of Thrones*. Just TV. Recuperado de <https://justtv.wordpress.com/2012/06/05/the-scenic-rhythms-of-game-of-thrones/>. [Consulta realizada el 04 de abril de 2017].

Number of HBO subscribers worldwide from 2010 to 2016 (in millions) (2016) Statista. Recuperado de: <https://www.statista.com/statistics/329277/number-hbo-subscribers/>. [Consulta realizada el 27 de marzo de 2017].

Ovelar, María (2014). *Corea del Sur quiere dominar el mundo (de la belleza)*. El País. Recuperado de: <http://smoda.elpais.com/moda/corea-del-sur-quiere-dominar-el-mundo-de-la-belleza/>. [Consulta realizada el 20 de marzo de 2015].

O'Reilly, Tim (2005) *What Is Web 2.0 - DoubleClick vs. Overture and AdSense*. O'Reilly. Recuperado de: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=2>. [Consulta realizada en noviembre 24 de 2016].

Portes, Rick (2016) *Sunday cable ratings: 'Game of Thrones' scores series high with Season 6 finale*. Screener. Recuperado de: <http://tvbythenumbers.zap2it.com/daily-ratings/sunday-cable-ratings-june-26-2016/>. [Consulta realizada el 18 de marzo de 2017].

Robey (2013) *George A Romero: Why I don't like The Walking Dead*. The Telegraph UK. Recuperado de: <http://www.telegraph.co.uk/culture/film/10436738/George-A-Romero-Why-I-dont-like-The-Walking-Dead.html>. [Consulta realiza el 18 de abril de 2017].

Ryan, Maureen (2012) *'Breaking Bad': Five Reasons It's One Of TV's All-Time Greats*. The Huffington Post. Recuperado de: http://www.huffingtonpost.com/maureen-ryan/breaking-bad-greatest-show_b_1665640.html. [Consulta realizada el 29 de marzo de 2017].

Ryan (2015). *New 'Game of Thrones' episodes leak online*. USA Today. Recuperado de: <http://www.usatoday.com/story/life/tv/2015/04/12/game-of-thrones-season-5-episodes-leak/25676065/>. [Consulta realizada el 27 de octubre de 2015].

Samuels, David (2007) *Let's Die Together Why is anonymous group suicide so popular in Japan?* The Atlantinc. Recuperado de: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2007/05/let-s-die-together/305776/>. [Consulta realizada el 15 de junio de 2015].

Sheffield, Rob (2016) *How 'Black Mirror' Became the Technology Era's 'Twilight Zone'*. Recuperado de <http://www.rollingstone.com/tv/news/rob-sheffield-how-black-mirror-became-our-twilight-zone-w446961>. [Consulta realizada el 19 de enero de 2017].

Shepherd, Jack (2016) *The Walking Dead season 8 release date: AMC renews zombie show a week before season seven begins*. The Independent UK. Recuperado de: <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/the-walking-dead-season-8-release-date-season-seven-amc-sets-new-episodes-a7365031.html>. [Consulta realizada el 18 de marzo de 2017].

Top 10 Primetime Tv programs of 2016 - Regularly scheduled. (2016) Recuperado de: <http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2016/tops-of-2016-tv.html>. [Consulta realizada el 30 de marzo de 2017].

The Walking Dead Awards and nominations (2016) Television Academy. Recuperado de <http://www.emmys.com/shows/walking-dead>. [Consulta realizada el 29 de marzo de 2017].

VanDerWerff (2012) *In restructuring its foundation, Game Of Thrones built a bigger, better second season*. A.V.Club. Recuperado de <http://www.avclub.com/article/in-restructuring-its-foundation-igame-of-thronesi--76961>. [Consulta realizada el 27 de junio de 2014].