

## Las narrativas transmedia y la construcción de universos mediáticos

CP 2013 , Vol.2-Nº3, pp. 83-85. ISSN 2014-6752. Girona (Catalunya) Puig Borràs, Núria: Las narrativas transmedia y la construcción de universos mediáticos. *Recibido: 24/11/2013 - Aceptado: 02/12/2013*

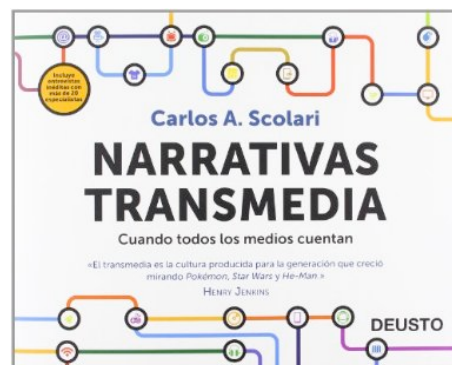
### *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan.*

Carlos A. Scolari

Barcelona: Editorial Deusto, 2013

344 páginas

ISBN: 9788423413362



## Núria PUIG BORRÀS

Profesora Asociada. Universitat de Girona. Catalunya/España. [nuria.puig@udg.edu](mailto:nuria.puig@udg.edu)

“Las NT son una particular forma narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.) y medios (cine, cómic, televisión, videojuegos, teatro, etc.)” (Scolari, 2013: 24).

Carlos A. Scolari en *Narrativas transmedia* nos ofrece un texto divulgativo con rigor académico dirigido a un público muy amplio. El propio autor dice que este libro fue escrito pensando en un espectro amplio que incluye además de un público académico a guionistas, productores, periodistas, documentalistas, directores de cine, diseñadores, artistas y otros profesionales del mundo de la comunicación. Las narrativas transmedia tienen un componente transversal que atañe a todas las industrias de la cultura. Esta publicación puede ser de utilidad a docentes y a estudiantes de comunicación, pero también ofrece información interesante a estudiantes de las áreas más técnicas, aquellas que dominan los lenguajes de programación –web, apps, videojuegos– que están en la base de algunas de las narrativas transmedia.

La bibliografía, más allá de ser una lista de referencias, pone en relación las fuentes referenciadas con el contenido desarrollado en el libro. Estas referencias se ven complementadas con un glosario de términos que nos permiten efectuar futuras búsquedas más precisas. Algunas de ellas a través de los hashtags que emanan de lo que el autor llama los tuits del capítulo. El autor resume cada capítulo en la sección en cinco tuits, cada una de sus etiquetas nos abre un mundo de contenidos en la red.

El contenido se estructura alrededor de 7 capítulos divididos en secciones que incluyen entrevistas a profesionales, entrevistas y contenidos académicos, experiencias de narrativas transmedia y numerosos ejemplos. Cada capítulo se abre con una nube conceptual y se cierra con el resumen en cinco tuits. El diseño –con la utilización de leyendas, infografías y esquemas de contenido– ameniza la lectura y contribuye a la comprensión y a la organización mental de las ideas expuestas

Mediante la definición de las narrativas transmedia esta publicación sitúa y orienta al lector en la complejidad y diversidad de

las industrias de la cultura. Scolari entrevista a Henry Jenkins. En 2003, Jenkins publicó un artículo sobre el transmedia storytelling en la revista *Technology Review* del Massachusetts Institute of Technology (MIT), el concepto obtuvo un elevado nivel de impacto tanto en la profesión como en la academia ya que conlleva un cambio de perspectiva que va desde la producción hasta el consumo.

Scolari nos acerca a las narrativas transmedia desde distintas perspectivas poniendo el foco de atención en la producción y en el consumo, pero también en el merchandising y el branding storytelling. No obstante, la visión de los mundos narrativos como una marca transversal no es nueva. “La actual concepción que considera al mundo narrativo como una marca –que encontramos en las obras de Steven Spielberg, George Lucas o J.J. Abrams– descende directamente de la filosofía disneyana del Total Merchandising.” (Scolari, 2013: 262)

El consumidor de las narrativas transmedia -de ficción y de no ficción- se sitúa en un nivel de importancia similar al del productor. Los prosumers, o consumidores que producen contenidos, adquieren un papel relevante en la construcción del mundo narrativo. A su vez, cada medio hace una aportación a la construcción de este universo narrativo que va más allá de la mera adaptación de los lenguajes. Las narrativas transmedia son una de las más importantes fuentes de complejidad de la cultura de masas contemporánea. Del mismo modo, las estrategias de promoción de los productos mediáticos se han ido haciendo cada vez más complejas buscando la inmersión afectiva y cognitiva de la audiencia en el producto cultural (Scolari, 2013: 24). Las audiencias se convierten en audiencias activas que expanden los mundos narrativos.

La comprensión de las lógicas de producción, distribución y consumo es clave para el desarrollo de las empresas de las industrias culturales en la actualidad. Scolari, a través de las entrevistas a profesionales y académicos, identifica los

actores del territorio transmedia, incluyendo los usuarios y su participación en el world building, es decir la creación y expansión del mundo narrativo.

Otro aspecto interesante tratado en este libro es el origen de cada uno de los mundos de las narrativas transmedia. En primer lugar, el origen literario, audiovisual o cinematográfico. Por ejemplo, el origen literario de Harry Potter, el origen audiovisual de Viaje a las estrellas, que será una experiencia televisiva predigital que dará inicio a todo un mundo narrativo transmediático de Star Trek, o el origen cinematográfico del universo narrativo que surge del largometraje *The Matrix*. Y en segundo lugar, las obras cross-media surgidas de dibujos animados, cómics, videojuegos y muñecos. A modo de ejemplo, la serie televisiva *Los Simpsons*, el cómic *Batman*, el videojuego *Resident Evil* o la muñeca *Barbie*. En la publicación abundan los ejemplos de narrativas y universos transmedia originados en distintos ámbitos narrativos y en distintas épocas tanto digitales como predigitales.

Scolari habla también de los discursos periodísticos y del documental como relatos transmedia. Nos dice que algunas de las mejores experiencias de la narrativa transmedia pertenecen al género documental que busca participación ciudadana y el interés social. Nos acerca al término *newsgaming* a través de investigadores como Ian Bogost y de experiencias como *JFKReloaded*, *The Berlin Wall* o *Highrise*, entre otros.

En este contexto mediático de multiproducción surgen algunas preguntas relacionadas con la autoría y la propiedad intelectual. La cuestión de los derechos de autor es tratada también por Scolari en uno de los capítulos. “La invisibilidad de una obra es mucho más grave que la violación de los derechos de autor” (Scolari, 2013: 291)

En definitiva, el autor de *Narrativas Transmedia* despliega frente al lector un mundo de universos narrativos que viajan a través de todos los medios de comunicación teniendo en cuenta los actores de estos

procesos desde la producción al consumo. Scolari apunta hacia numerosos profesionales, académicos y experiencias que nos permitirán seguir investigando el apasionante mundo del relato y, más

concretamente, del relato cross-media. Sin duda, una obra amena y necesaria para todos aquellos que trabajamos e investigamos los medios de comunicación y las industrias de la cultura.

## Forma de citación

PUIG BORRÀS, Núria: Las narrativas transmedia y la construcción de universos mediáticos. *Revista Communication Papers*, N°3, páginas 83 a 85. Departamento de Filología y Comunicación de la Universidad de Girona. Recuperado el \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2\_\_\_\_ de: <http://www.communicationpapers.es>