



NARRATIVAS TRANSMEDIA. CUANDO TODOS LOS MEDIOS CUENTAN.

Carlos A. Scolari
Deusto, Barcelona, 2013
342 páginas

**Reseña por
Raquel Merino del Río**

Narrativas Transmedia, obra escrita por Carlos Alberto Scolari, autor de origen argentino, investigador de la comunicación en medios digitales, interfaces y ecología de la comunicación, Doctor en Lingüística Aplicada y Lenguajes de la Comunicación, y profesor en la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona), constituye un libro indispensable que posiblemente se convertirá en una referencia del *transmedia storytelling*. Debe ser ya, desde su publicación, un libro de obligada lectura para cualquier profesor universitario o estudiante de periodismo, publicidad, comunicación audiovisual, etc. Cualquiera de ellos encontrará el libro de gran utilidad. No obstante, según indica el autor, el destinatario principal de este libro es ese profesional de la comunicación que ha oído hablar y ha empezado a leer algo sobre *transmedia storytelling*, que sabe y reconoce que algo está pasando pero no es capaz de poner todas esas ideas en orden y, para llegar a este objetivo, el libro de Scolari se convierte en una obra clave, ya que esquematiza, abarca y recopila todo lo que hay escrito sobre el tema hasta ahora.

Con un estilo sencillo y de muy ágil lectura, destaca tanto por su contenido teórico como por su dimensión práctica o aplicada, ya que contiene una gran cantidad de casos y ejemplos que resultarán muy conocidos por los lectores. A ello se suma una multitud de enlaces a través de los que el lector podrá acceder a más ejemplos e información complementaria sobre los mismos. En el plano visual y de diseño, este volumen es de muy fácil lectura por las múltiples infografías, mapas transmedia, esquemas y componentes gráficos que contiene, proporcionando al lector una lectura ágil, sencilla e incluso divertida.

Otra característica muy importante, quizás la más destacable del libro junto con los casos prácticos y ejemplos, es la cantidad de entrevistas inéditas a múltiples autores y

especialistas en el tema, la primera de las cuales tiene a Henry Jenkins (figura clave en la popularización del concepto de *transmedia storytelling*) como protagonista. En cada una de estas entrevistas, el autor conversa con un profesional diferente, dotando a la obra de un excelente diálogo que desemboca en un encuentro entre los entrevistados y el lector, que recibe multitud de puntos de vista al tiempo que se enriquece notablemente la obra.

El libro se divide en capítulos y secciones, en cada una de las cuales se aborda un aspecto temático particular del amplio universo de las narrativas transmedia. Comenzando con una introducción, la obra se centra en los procesos de producción y financiación del *transmedia storytelling*, pasa revista a sus principales expresiones a través de ejemplos y finaliza con los contenidos transmediáticos producidos por los usuarios y las comunidades de fans, con el objetivo de hacer comprender la potencialidad que ofrecen las narrativas transmedia en los diferentes medios y plataformas de comunicación.

En el primer capítulo, titulado "¿Qué son las narrativas transmedia?", Scolari realiza un recorrido por varios conceptos relacionados con las narrativas transmedia, tales como *cross-media*, plataformas múltiples (*multiple platforms*), multimodalidad (*multimodality*), narrativa aumentada (*enhanced storytelling*) o mundos transmedia (*transmedia worlds*). Parte de las principales aportaciones académicas y profesionales hasta llegar a dar una definición propia del *transmedia storytelling* al final del bloque. Se incide en la idea de que cada medio cuenta la historia con total autonomía e independencia narrativa, si bien todos estarán conectados de algún modo entre sí; de esta forma, el relato se expande y los contenidos convergen a través de esos medios: "Cada medio hace un aporte a la construcción del mundo narrativo; evidentemente, las aportaciones de cada medio o plataforma de comunicación difieren entre sí" (p. 24). A continuación, desarrolla la importancia del papel de los consumidores dentro de las narrativas transmedia; y aporta su definición de estas: "un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual un aparte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión" (p. 46). Culmina el capítulo abordando el actual debate sobre la consideración de las adaptaciones como parte de las narrativas transmedia.

La convergencia como base de las narrativas temáticas es el tema central del segundo capítulo, "¿Cómo se producen las narrativas transmedia?". El primero apartado define el concepto de convergencia e identifica los actores fundamentales de la producción transmedia para determinar su actuación y adaptación a las lógicas de producción, distribución y consumo. En el segundo apartado del capítulo, el autor realiza un primer análisis de las fases del proceso productivo del *transmedia storytelling* basándose en las áreas definidas por Robert Pratten (narrativa, experiencia, audiencias y medios/plataformas), y nos introduce en la creación del mundo narrativo (*world building*), describiendo el desarrollo de un proyecto transmedia, la construcción de las audiencias y la distribución transmedia de los contenidos. El capítulo finaliza con la exposición de los principales modelos de negocio, las formas de financiación, el equipo de trabajo y las diversas estrategias para la implementación de un proyecto transmediático. Se clausura el capítulo con una guía del proceso de planificación y

construcción de una narrativa transmedia, creada por Gary Hayes, y a la que el autor denomina "La Biblia Transmedia".

El siguiente capítulo, "Las narrativas transmedia en la ficción", se divide en tres partes. La primera describe algunas obras *cross-media* de origen literario y audiovisual, como Harry Potter o Indiana Jones, y define el papel que en ellas han desarrollado los consumidores con su participación. La segunda parte nos habla de narrativas transmedia originadas en cómics como *The Walking Dead*, videojuegos como *Resident Evil*, series de animación como *Los Simpsons* e incluso muñecos como Barbie, con la intención de mostrar que cualquier tipo de contenido puede ser origen de un universo narrativo transmedia. A través de estos ejemplos, Scolari disecciona las obras *cross-media* y nos hace ver el papel de cada actor en el universo transmediático. El capítulo se cierra con una descripción de cómo se relacionan los conjuntos textuales fragmentados y heterogéneos a través de estrategias de expansión y comprensión textual.

En el cuarto capítulo, "Las narrativas transmedia más allá de la ficción", el autor expone los principios fundamentales del periodismo y el documental transmedia, adentrándonos en los relatos periodísticos y documentales desde una perspectiva *cross-media*. En ellos, las historias se cuentan a través de todos los medios y los usuarios colaboran en la expansión del relato. Concluye la sección con varios ejemplos muy ilustrativos y con la exposición del enorme potencial existente dentro de las narrativas transmedia en ambos sectores, a los que define como un *work in process*.

"¿Cómo se consumen las narrativas transmedia?" es el título del quinto capítulo, dividido en tres partes. La primera de ellas aborda el proceso de cambio de patrones en el consumo mediático ocasionado por la llegada de la World Wide Web junto con la explosión de nuevas experiencias de comunicación descentralizadas. Esto ha conllevado la atomización de las audiencias y la aparición de una nueva figura, el prosumidor (productor y consumidor), actor fundamental en el mundo narrativo transmedia. La segunda parte del capítulo nos sitúa en la subcultura de las comunidades de fans en línea y nos plantea cómo las grandes corporaciones de comunicación pueden gestionarlas. Concluye el bloque con el tercer apartado, donde se presentan, a través del análisis de diversos ejemplos, las tipologías más comunes de contenidos generados por los usuarios, no obviando la dificultad de realizar de una clasificación de unos contenidos que son extremadamente heterogéneos y cambiantes. Por último, el autor describe las principales plataformas que acogen contenidos generados por usuarios.

El sexto capítulo, denominado "Branding, merchandising y narrativas transmedia", se divide en dos partes. La primera analiza, a través de ejemplos prácticos sobre Disney y Star Wars, el *merchandising* y la importancia del mismo como componente del mundo narrativo, para luego adentrarse en los juegos de realidad alternativa o ARG. La segunda parte del capítulo nos describe cómo la distancia entre las marcas y los relatos se ha estrechado desde el origen del *transmedia storytelling*, aludiendo a la creación de mundos-marca. Continúa

realizando un análisis de las estrategias de las grandes corporaciones de Hollywood a la hora gestionar esos mundos-marca, y finaliza con la exposición de una campaña publicitaria que expresa plenamente los principios de las narrativas transmedia.

El libro concluye con el séptimo capítulo, "Nuevas fronteras y desafíos de las narrativas transmedia". Habla en primer lugar de los derechos de autor y la necesidad de adaptación jurídica a la filosofía de la producción no comercial del remix del siglo XXI. Scolari añade algunas consideraciones tanto personales como de otros profesionales sobre los límites del transmedia, y nos sitúa en la antesala de los principales desafíos de la investigación de las narrativas transmedia. En la última parte descubrimos las principales estrategias narrativas transmedia que se están implementando en la actualidad, ubicando el concepto de gamificación dentro del *transmedia storytelling*.

En definitiva, nos encontramos ante un libro que nos enseña a "vivir y convivir" con el universo transmedia, descubriéndonos las oportunidades que aporta en diferentes sectores, recorriendo desde el origen los procesos de convergencia mediática, financiación, actores, etc., y describiendo todo al detalle hasta terminar conformando un completo puzle de las narrativas transmedia.