

La red enmarañada: narrativa transmedia en ficción femenina El caso de *Infidels* y *Mistresses*

Código SICI 2027-2731(201212)31:61<74:LRENTF>2.0.CO;2-U

The Tangled Web: Transmedia Storytelling in
Female Fiction. The Case of *Infidels and Mistresses*

A rede emaranhada: narrativa transmídia na ficção
feminina. Caso de *Infidels e Mistresses*

Recibido: Febrero 21 de 2012

Aceptado: Mayo 14 de 2012

Submission Date: February 21th, 2012

Acceptance Date: May 14th, 2012

Origen del artículo

Este artículo forma parte del proyecto de investigación *Narratives transmediàtiques, convergència audiovisual i noves estratègies de comunicació*. El proyecto duró un año (2010-2011) y se enmarcó en la VII Convocatoria de Ayudas para Proyectos de Investigación del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC).

MAR GUERRERO

Candidata a doctora, Departamento de Comunicación, Facultad de Comunicación, Universidad Pompeu Fabra (UPF).

Correspondencia: 08018 Barcelona, España. **Correo electrónico:** mar.guerreropico@gmail.com.

Resumen

El presente artículo analiza la práctica de la narrativa transmedia en el contexto de la ficción femenina, a través de los casos de dos series televisión: *Infidels* (TV3, Televisió de Catalunya) y *Mistresses* (BBC). Para la investigación, se ha adoptado una base metodológica que combina semiótica y narratología, de utilidad para detectar y describir estrategias narrativas e interpretativas aplicables a las características de la ficción femenina y de obras que muestren una amplia variedad de personajes y arcos argumentales. Así mismo, dichas estrategias sirven para ofrecer una pequeña reflexión sobre las producciones hechas por los fans, parte cada vez más activa dentro del ecosistema transmedia.

Palabras clave: Narrativa transmedia, ficción femenina en televisión, contenidos generados por los usuarios, semiótica, narratología.

Descriptores: Narración (Retórica) – Televisión y mujeres – Televisión, Semiótica.

Abstract

This paper analyzes transmedia practices within the context of female fiction in two television series: TV3-Televisió de Catalunya's 'Infidels' and BBC's 'Mistresses'. The research combines semiotic and narratological approaches, useful for identifying and describing interpretative and narrative strategies that fit female fiction features or other works with a great range of characters and plot arcs. In addition, such strategies are helpful to reflect on fan-made productions, an increasing part of the transmedia ecosystem.

Keywords: Transmedia Narrative, Female TV Fiction, User-Generated Content, Semiotics, Narratology.

Search Tags: Narration (Rhetoric) – Television and women – Television, Semiotics.

Resumo

Este artigo analisa a prática da narrativa transmídia no contexto da ficção feminina, através dos casos de duas séries de televisão: *Infidels* (TV3, Televisió de Catalunya) e *Mistresses* (BBC). Para a pesquisa, adotou-se uma base metodológica que mistura semiótica e narratologia, úteis para detectar e descrever estratégias narrativas e interpretativas aplicáveis às características da ficção feminina e obras que mostram uma grande variedade de personagens e arcos argumentais. Além disso, estas estratégias servem para oferecer algumas reflexões sobre as produções feitas por fãs, parte cada vez mais ativa no ecossistema transmídia.

Palavras-chave: narrativas transmídia, ficção feminina em televisão, conteúdos gerados pelos usuários, semiótica, narrotologia.

Search Tags: Narração (Retórica) – Televisão e mulheres – Televisão, Semiótica.

La red enmarañada: narrativa transmedia en ficción femenina El caso de *Infidels* y *Mistresses*

Mucho se ha escrito desde que, en 2003, Henry Jenkins acuñara el término *narrativa transmedia* (*transmedia storytelling*) para describir el proceso por el cual una historia extiende su relato a través de diferentes medios, plataformas y lenguajes. Además de variadas aportaciones procedentes de campos como los *media* y *fan studies* de corte culturalista (Askwith, 2007; Jenkins, 2008), la narratología (Ryan, 2004; Dena, 2009) o la semiótica (Scolari, 2009), uno de los debates más interesantes en la esfera de la narrativa transmedia es el alcance que puede adquirir esta nueva forma de contar cuando se aplica a diversos géneros de ficción o, incluso, a otras modalidades de comunicación, como el periodismo o la publicidad.

El presente artículo se ceñirá al ámbito de los géneros de ficción, a partir del estudio del fenómeno transmediático en dos series de televisión dirigidas al público femenino¹, *Mistresses* (BBC) e *Infidels* (TV3-Televisió de Catalunya), con el fin de arrojar más luz en un área en la que proliferan aproximaciones referidas a historias de ciencia ficción y fantasía (Perryman, 2008; Grandío & Hernández, 2011; Belsunces Gonçalves, 2011; Scolari, en prensa), probablemente los géneros cuyas características más se adecuan a priori a la construcción de universos transmedia. Para ello, se adoptará una base de análisis que combina semiótica narrativa y narratología, las mismas

herramientas teóricas del proyecto de investigación del que forma parte este trabajo.

En esa investigación, que aporta a la relativa juventud de la narrativa transmedia en el ámbito de los estudios de medios en España, se observó la evolución *crossmedia*² de distintas producciones elaboradas en la comunidad autónoma de Cataluña (España), no necesariamente realizadas en catalán, y representativas de una amplia variedad de géneros y formatos de entretenimiento y no entretenimiento —ficción animada e imagen real, *reality shows*, *sketch shows*, *late night shows*, campañas publicitarias y campañas políticas—. La selección de los textos que constituyeron el corpus de análisis del proyecto se basó, en parte, en el grado de desarrollo de productos transmediáticos derivados. Así, entre las producciones que mostraban este comportamiento, se encontraba *Infidels*, serie rodada en catalán, cuyo caso se comparó con el de *Mistresses*, la ficción británica que sirvió como una de las inspiraciones para su creación.

Si bien el origen de ambas series subraya unos estándares de producción, audiencia y consumo diferentes, que, en principio, podrían desaconsejar su elección para el análisis, sus similitudes en el plano textual y de género (como veremos más adelante) fueron decisivas a la hora de considerarlas ejemplos idóneos para aplicar la metodología adoptada en este trabajo.

‘Viejos’ métodos para un objeto de estudio ‘mutante’

Por tanto, en línea con los objetivos del proyecto que lo origina, la meta principal de este estudio es “poner a prueba una serie de instrumentos teórico-analíticos y confrontarlos con diferentes tipologías textuales y narrativas” (Scolari, Jiménez & Guerrero, 2012), de ahí que convenga destacar su carácter de ‘toma de contacto’.

Los modelos semióticos de Greimas y Courtés (1982), y Eco (1981), además de los aportes de Genette (1989), Bal (1987) y Chatman (1990) desde la narratología, conforman la base teórica sobre la que se elaboró la estructura del análisis, con la que se pretendía lograr una mirada global a la narrativa transmedia. En este sentido, se trataba de integrar unas disciplinas de estudio que ya habían demostrado su funcionalidad para observar el comportamiento de historias contadas en distintos medios y lenguajes de forma independiente (Ryan, 2004), pero nunca de manera unificada.

El reto se antoja ambicioso debido a la naturaleza cambiante de la propia narrativa transmedia. Siempre sujeta a los dictados de la innovación en la era de la convergencia, en la narrativa transmedia no solo juegan los relatos creados por los propietarios intelectuales de los textos, sino, también, aquellos generados por los fans³, lo cual da lugar a un potencial doble flujo de producción de contenido

—y de sentido—, de arriba a abajo (impulsada por los productores oficiales), y de abajo a arriba (impulsada por los fans), que complica aún más la tarea de identificar los procesos y clasificar las obras que se derivan de ellos.

Así, investigadores como Scolari (2009), desde la semiótica, han empezado a dar pasos sólidos en esta dirección, aportando modelos que han sido de utilidad en este estudio para elaborar taxonomías que ayuden a describir textos transmediáticos procedentes de ambos extremos de la línea de producción, especialmente aquellos trabajos que no expanden la narrativa, sino que la *contraen* o la *comprimen*, ofreciendo “nuevos puntos de vista a la interpretación” de la historia o del mundo narrativo (Scolari, en prensa).

Del universo narrativo oficial al *remix*⁴ del fan

El análisis de *Mistresses* e *Infidels* comprendió diversas fases. En primer lugar, se decidió observar cada una de las extensiones que componían sendos universos narrativos transmediáticos y el momento en que fueron lanzados estos productos. Esto sirvió para obtener una idea de partida acerca de cómo se había planificado —o no— su expansión a través de distintos medios y plataformas. En segundo lugar, una vez escogido el corpus de análisis dentro de la oferta de las dos series, se pasó a identificar los

distintos arcos argumentales para observar posibles cambios en los programas narrativos de los actantes cuando se pasaba de una extensión transmediática a otra, o identificar desprendimientos narrativos en forma de *spin-off*. Este paso resultó clave a la hora de detectar y comprender la mencionada faceta compresora de la narrativa transmedia.

En tercer lugar, se atendió a las posibles competencias interpretativas requeridas en cada extensión, y por tanto, la existencia de variados contratos de lectura y lectores modelo dentro de un mismo mundo narrativo. Por último, tampoco se quisieron dejar atrás aquellos procesos de construcción de mundos posibles que van un paso más allá y se materializan en contenidos transmediáticos generados por los fans o usuarios (CTGU) (Guerrero, en prensa), en los que estos expanden, recrean, remezclan y redistribuyen productos mediáticos que consumen en su vida cotidiana, principalmente con una finalidad lúdica o “juguetona” (Ardévol, Roig, Gómez-Cruz & San Cornelio, 2010, p. 28; Booth, 2010), pero también divulgativa (Guerrero, en prensa) y hasta reivindicativa, con “una configuración similar a la de un movimiento social” (Belsunces, 2011, p. 77).

***Infidels* y *Mistresses*, dos ficciones femeninas con mucho en común**

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

maternidad hasta el redescubrimiento sexual. Así mismo, la variedad de edades en grupo (Arlet se encuentra al final de la veintena, Paula y Cruz rondan los 35 años, Joana está en plena cuarentena y Lidia ya ha cumplido los 50 años) permite ofrecer ópticas distintas a estas problemáticas.

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

Infidels arranca el día de la boda de Paula con Marc. La asistencia inesperada al enlace de otro Marc, un antiguo amor de juventud, ahora padre de familia y casado con otra mujer, lleva a una relación sexual bajo unas escaleras que es presenciada accidentalmente por Cruz. El relato se mueve entonces al presente, un año después de la boda. Aparentemente, Paula se gana la vida como periodista, ha empezado a escribir una novela, y no solo continúa casada, sino que mantiene una aventura con el otro Marc, de la que nadie sabe nada. Sin embargo, todo cambia para Paula el día en que le comunican que padece un tumor cerebral en fase avanzada, lo cual la obligará a optar por aprovechar al máximo lo que le queda de vida junto a su amante, aunque eso signifique separarse de su marido y ocultar a todo el mundo su enfermedad.

Aunque el hilo conductor de *Infidels* sea la amistad entre las cinco mujeres, es importante resaltar que dentro del grupo hay unos vínculos más fuertes que otros, como los de Paula y Cruz, y Joana y Lidia, que se remontan a mucho tiempo

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

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

respectivamente), pero que acaban teniendo escarceos con compañeros de trabajo.

A partir de la situación narrativa descrita más arriba, se decidió acotar el análisis a la primera temporada de ambas series de televisión (*Infidels*, 16 episodios; *Mistresses*, 6), y al contenido transmedia oficial y generado por los fans a partir de dichos volúmenes. De esta forma, se aseguró un campo de estudio mucho más rico, con posibilidades de abordar relaciones de intertextualidad entre ambos universos narrativos (Genette, 1989, 14; Cascajosa Virino, 2006), ya que la narrativa de ambas producciones comienza a divergir a partir de sus segundas entregas. En cuanto a la cantidad de extensiones transmedia oficiales utilizadas para desarrollar el *relato madre* propuesto por ambas series de televisión (tabla 1), en el caso de *Infidels* se detectan dos tímidas expansiones hacia otros medios, tanto en el número de experiencias como con el grado de cohesión de estas experiencias con dicho relato: un *video-recap*⁶ de la primera temporada incluido dentro del blog de noticias de la serie⁷, y el perfil de Arlet en Facebook. Por su parte, *Mistresses* también ofrece en su web de la BBC⁸ un *video-recap* y un interesante *recap* infográfico, en el que se aprecian de un vistazo las distintas relaciones de cada uno de los personajes.

Respecto a los contenidos transmediáticos generados por los fans, se tomaron como objeto de análisis para ambas series ejemplos representativos de *video-recaps* y otras piezas de video, en las que, como se verá, se recrean y revisan aspectos del mundo posible propuesto por la obra original.

Tabla 1. Cronología del mundo narrativo transmedia de *Infidels* y *Mistresses*

	Televisión	Web oficial	Web 2.0
<i>Infidels</i>	1. ^a temporada (marzo-julio 2009)*		Facebook de Arlet* http://bit.ly/ACYBNU
		Vídeo- <i>recap</i> 1. ^a temporada* http://bit.ly/zMJ9ZE	
	2. ^a temporada (septiembre-diciembre, 2010)		
	3. ^a temporada (diciembre de 2010-marzo de 2011)		
	Televisión	Web oficial	Web 2.0
<i>Mistresses</i>	1. ^a temporada* (enero-febrero de 2008)		
		• Vídeo-1. ^a temporada* http://bit.ly/eH2OFn • Recap infográfico <i>The Tangled Web</i> * http://bbc.in/y9LGID	
	2. ^a temporada (febrero-marzo de 2009)		
	3. ^a temporada (agosto de 2010)		

*Piezas analizadas en este estudio.

El *recap*: comprensión narrativa y creación de lectores modelo

Navegando por el sitio web oficial de *Infidels*, concretamente en el blog de noticias de la producción, el usuario encuentra la primera de las iniciativas transmediáticas de la serie. Se trata de un video-resumen de ocho minutos, en el que se relatan los sucesos más relevantes ocurridos durante la primera temporada de la serie⁹, en línea con la pieza de tres minutos y doce segundos que sintetiza la primera entrega de *Mistresses*¹⁰. Habitualmente, estos videos-resúmenes reciben el nombre de *recaps*, pero, ¿qué se puede entender por *recaps*? De acuerdo con la definición aportada por Scolari *et al.* (2012, p. 149): “consisten en recapitulaciones o sumarios de unos pocos minutos de arcos argumentales concretos, temporadas, o incluso, series completas”. Así mismo, estos autores insisten en que el término no está limitado a la designación de sumarios audiovisuales, sino que también sirve para nombrar otras clases de resúmenes, ya sean solo texto, en forma de galería fotográfica o una combinación de ambos. De esta forma, distinguen diferentes tipos de *recaps*:

- *Video-recaps*: resúmenes cuyo soporte es el video. Pueden ser de dos tipos: *extraídos*, en los que la labor de montaje es mínima y prima la selección de escenas para su presentación en orden cronológico; o *montados*, en los que, además de seleccionar, se mezclan escenas y se utilizan recursos visuales.

[...]

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

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

- *Recaps* infográficos: gráficos-resumen que integran texto, video, fotos o sonido.

(Scolari *et al.*, 2012, p. 149)

Siguiendo las aportaciones de Scolari (en prensa) sobre estrategias narrativas transmediáticas, se puede decir que los *recaps* son textos transmediáticos que ejercen una *compresión narrativa* a partir de estrategia basada en la *dimensión temporal del relato*, piezas que explican las claves de una historia utilizando el menor tiempo y espacio posible. No obstante, la estrategia transmedia inscrita en los *recaps* también puede operar en el terreno de los *personajes*, al eliminar los programas narrativos de unos para resaltar los de otros. Esta última circunstancia no se da en los *recaps* de *Infidels* y *Mistresses*, donde se muestran de forma resumida todos los programas narrativos de los personajes principales.

En el *video-recap montado* de la primera temporada de *Infidels*, lanzado en mayo de 2010 (tres meses antes de la emisión de la segunda entrega), se seleccionan y montan los momentos más importantes que se ponen a disposición del espectador habitual, para que en ocho minutos sea capaz de recordar lo sucedido en episodios anteriores. Esta pieza también es útil para los espectadores recién llegados que no saben nada de la historia. En este sentido, cabe destacar la finalidad introductoria y de presentación de este paratexto, que no pone a prueba las competencias enciclopédicas del usuario; es decir, este no debe conocer el mundo narrativo de antemano para entender el contenido del *video-recap*. Esta accesibilidad se articula gracias a dos hechos: a. las líneas narrativas individuales de las cinco protagonistas se muestran al completo, sin omisión de ninguno de los personajes secundarios que intervienen, y b. el propio montaje y los recursos audiovisuales utilizados inciden en el carácter introductorio de la pieza, por ejemplo, el uso de la cabecera de la serie al principio, y de cortinillas para separar los distintos actos.

El *recap*, gracias a su accesibilidad para nuevos espectadores o usuarios, desempeñaría una de las funciones clásicas de cualquier texto transmediático: servir de puerta de entrada al universo narrativo. Por tanto, se puede afirmar que los *recaps* no solo se crean para resumir una temporada o toda una serie a pocos minutos, o reducir el arco argumental de los personajes

favoritos a unas pocas líneas o fotografías: este tipo de textos construyen varios espectadores modelo a partir de su posicionamiento respecto al relato. De esta forma: “un *recap* es al mismo tiempo un texto de síntesis (resumen), recuerdo (destinado a los espectadores habituales) y divulgación (destinado a captar nuevos espectadores)” (Scolari *et al.*, 2012).

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

Ambas series están lejos de desarrollos más interactivos, como el estudiado por Valincese Gregolin (2010) en su artículo sobre el blog de Juliana, uno de los personajes de la telenovela brasileña *Viver a vida* (Globo, 2010), en el que uno de los personajes escribía a diario sus experiencias y respondía a los comentarios de los lectores (algo que, como veremos, no se da de forma profusa en el perfil de Facebook de Arlet), lo que expandía de forma paralela el relato madre que ocurría en la telenovela. Sin embargo, en el terreno de los *recaps*, *Mistresses* va un paso más allá, al experimentar con el lenguaje multimedia e integrarlo en el concepto de red de pasiones esgrimido por la serie. Es el caso del *recap* infográfico ‘The Tangled Web’.

‘The Tangled Web’ de *Mistresses*

‘The Tangled Web’¹¹ es una aplicación multimedia en Flash, concebida como parte de la campaña promocional de *Mistresses*, con vistas a su segunda temporada, estrenada a principios de 2009. El lema de la segunda entrega ‘*Love is a tangled web*’ (‘El amor es una red enmarañada’) está basado en

una cita del poema *Marmion*, publicado en 1808 por el escritor escocés Sir Walter Scott: “*Oh what a tangled web we weave, when first we practise to deceive!*”/“¡Oh, qué enmarañada red tejemos cuando mentimos por primera vez!” (traducción propia). El concepto enfatiza las complicadas relaciones personales y engaños en los que se embarcan las protagonistas. La idea de red domina el diseño de este *recap* infográfico, equipado con un menú con los nombres de las cuatro amigas, que permite elegir qué subred privada destacar.

El conjunto se ameniza con la música de la cabecera de la serie para reforzar la sensación de que se está dentro del universo de ficción. En las subredes de cada una de las protagonistas es posible observar pequeños hipertextos de cada uno de los personajes secundarios que han estado relacionados con las protagonistas, y a la vez, los vínculos sentimentales de los personajes secundarios. Así, por ejemplo, Siobhan ha acumulado un total de tres relaciones a la altura de la segunda temporada, y si se hace clic en el nodo de la relación con Hari, por ejemplo, se expandirá una ventana con un *video-recap* de las escenas en las que aparece este personaje, y acompañado de una leyenda explicativa acerca del tipo de vínculo que le une a Siobhan. En este caso, se trata de su marido (Misstresses, 2012).

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

¿Redes sociales para expandir la narrativa?

Hasta ahora se ha venido observando cómo la expansión *crossmedia* de *Infidels* y *Mistresses* (en este caso, hacia la web) ha llevado pareja, de forma simultánea, una comprensión en la narrativa por medio de los *recaps* de ambas series. En este apartado se estudiará el perfil de Facebook del personaje de Arlet de *Infidels*¹², un producto que, por su ejecución, se encuentra a medio camino entre lo que en narrativa transmedia se conoce como expansión y compresión narrativa.

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

Las series juveniles, en este aspecto, suponen un testimonio revelador del grado de desarrollo que las expansiones transmedia a partir de personajes están alcanzando en las redes sociales, como forma de aprovechamiento del *target* nativo digital al que van dirigidas estas producciones. Así, el canal británico E4 ha equipado a todos los protagonistas de sus series *Skins*¹³ y *Misfits*¹⁴ con cuentas en la red de *microblogging* Twitter, en las que interactúan entre ellos cuando la serie no se emite, informando lo que ha sucedido durante el tiempo entre emisiones. También conversan con los fans que les siguen como si fueran personas reales.

El perfil de Arlet contaba con un total de 1.261 amigos en abril de 2011, un mes después de la emisión del capítulo final de la serie¹⁵. La página profundiza en la identidad y gustos de Arlet (estudió en la Universitat de Barcelona, entre otros datos), en su línea narrativa individual, e indirectamente, en la de aquellos personajes secundarios que actúan en dicha línea, siempre desde el punto de vista limitado y hegemónico del personaje protagonista. La ausencia de otros personajes de la serie en Facebook que ‘hablen’ con Arlet en su muro de publicaciones refuerza esa limitación e indica una amplia independencia de la narrativa de este paratexto respecto al resto de

programas narrativos. Estos se omiten en la red social, de ahí que se produzca una comprensión en la narrativa de la serie, a pesar de haberse producido una expansión a otro medio.

No obstante, si se atiende solo a los acontecimientos que suceden en la línea narrativa de Arlet, el perfil muestra un comportamiento muy distinto debido a la relación de intertextualidad que se produce entre los mensajes, fotos y actividades que el personaje publica en su muro y las acciones que lleva a cabo en la serie de televisión. En otras palabras, existe una fuerte correspondencia entre la historia contada en Facebook y la de la serie de televisión.

Este panorama implica que el usuario no puede comprender lo que sucede en el muro de Arlet si no sigue el relato madre que tiene lugar en televisión, de ahí que todo quede en manos del mayor o menor conocimiento que el usuario tenga del mundo narrativo de *Infidels* y, de forma concreta, del personaje de Arlet. En otras palabras, un usuario ya iniciado encontrará más facilidades para decodificar este paratexto. La escasez de unos recursos o guías que faciliten al usuario novato unas ciertas destrezas para pasar de medio a medio haciendo el recorrido inverso (del Facebook a la serie) podría explicar el porqué. Entre esas guías ausentes se puede destacar que:

1. El perfil carece de una información biográfica sobre el propietario de la página. Habitualmente, se trata de un pequeño texto donde se revela que la cuenta pertenece, en efecto, a un personaje de ficción.
2. Escasean las referencias explícitas a otros personajes en los mensajes y en las fotos que Arlet adjunta a su perfil. Cuando el personaje cambia su estado sentimental de 'En una relación' a 'Es complicado', el 22 de mayo de 2009, solo el usuario iniciado puede inferir que el personaje está haciendo una referencia a su ruptura con Víctor, ocurrida el día anterior en el noveno episodio de la serie, en plena celebración del vigésimo séptimo cumpleaños de Arlet. La primera mención a Dani ocurre en el cumpleaños del año siguiente, en pleno interludio

entre la primera y la segunda temporada, que se estrenaría en septiembre de 2010¹⁶.

3. No existen comentarios (y por tanto, de perfiles estables) de otros personajes de la producción que ayuden a contextualizar los estados y publicaciones de Arlet y, a la vez, expandir la narrativa de la serie en general, no solo la de una línea narrativa. El personaje interactúa de forma errática con sus fans/amigos, pero nunca con personajes de su mundo de ficción que tengan Facebook. Este hecho resta complejidad narrativa a la propuesta transmediática, que no termina de aprovechar las posibilidades de expansión que ofrece la red social a favor del juego de relaciones personales presentado en la serie. Como excepción, se destaca un comentario de Joana a propósito del cambio de estado sentimental de su amiga, en el que el personaje se muestra preocupado por esto y menciona a su hijo Oriol, y a Víctor, el por entonces novio de Arlet¹⁷. Se trata de un comentario aislado, no apoyado en un perfil completo y permanente como el de Arlet, tal y como atestigua la queja de la fan que no ha podido enviar ninguna solicitud de amistad a Joana. Tanto Joana como la fan no reciben respuesta de Arlet.

Contenido transmedia por y para fans

Como se ha indicado más arriba, en narrativa transmedia la creación de contenido tiene lugar en dos vertientes: la de los productores o creadores oficiales y la de los usuarios o fans. Además del estudio de producciones transmediáticas legitimados por marcas mediáticas, la investigación en narrativa transmedia desde la perspectiva semionarratológica debe avanzar también hacia otro tipo de trabajos, que han sido abordados con profusión por los *fan studies*, ya sea desde su rama etnográfica o antropológica (Jenkins, 1992; Bacon-Smith, 1992), cultural (Fiske, 1991; Hills, 2000), feminista (Penley, 1992) o literaria (Hellekson y Busse, 2006).

Así, en un intento temprano por integrar estas obras creadas por los fans en el contexto de la narrativa transmedia de ficción, la autora del

presente estudio opta por el título genérico de contenidos transmediáticos generados por los usuarios (CTGU), definidos como: “aquellas manifestaciones textuales, gráficas y audiovisuales que los fans de una determinada producción de la cultura de masas realizan en torno a ella” (Guerrero, en prensa). A su vez, los CTGU se subdividen en este trabajo en dos grandes modalidades de expresión: creativas y divulgativas. Dentro de las primeras, se distinguen las *modalidades creativas tradicionales* de *fan fiction* (historias escritas), *fan vid* (videos) y *fan art* (dibujos o gráficos), “cuya difusión es anterior al proceso de digitalización”; y las *customizaciones* “posteriores al proceso de digitalización”, consistentes en personalizaciones de juegos de rol y videojuegos. Dentro de las modalidades divulgativas se incluyen las *recapitulaciones* (textuales, gráficas o audiovisuales) y los *wikis* (enciclopedias virtuales).

Como observación a esta descripción, cabría puntualizar que las modalidades divulgativas en su mayoría (salvo aquellos *recaps* pre-internet que

circulaban en fanzines o publicaciones impresas *amateurs*) también se derivan del actual contexto de convergencia digital. Así mismo, *recaps* y *wikis* no son los únicos trabajos realizados por fans que ayudan a la difusión y compendio de universos narrativos, ya que la elaboración de subtítulos o *subbing* en otros idiomas, como se verá más abajo, es una actividad básica en algunas comunidades de fans.

Debido la complejidad de este tipo de contenidos, el concepto de CTGU todavía requiere un desarrollo ulterior, tanto a escala general como de cada una de las categorías que incluye. Esta tarea sobrepasa el propósito de este artículo, por tanto, solo se describirán aquellas fórmulas en las que tanto *Mistresses* como *Infidels* hayan tenido algún tipo de desarrollo, como se exponen en la tabla 2, elaborada a partir de los mencionados aportes de Guerrero (en prensa) y de la tipología de estrategias narrativas transmediáticas de Scolari (en prensa).

Tabla 2. Tipologías de contenidos transmediáticos generados por los usuarios (CTGU)

Estrategias transmedia	Modalidades de expresión					
	Modalidades creativas			Modalidades divulgativas		
	Tradicionales		Customizaciones			
	<i>Fan fiction</i>	<i>Fan art</i>	<i>Fan vid</i>	<i>Recap</i>	<i>Wiki</i>	<i>Subbing</i>
Expansión				Ausencia de estrategia		Ausencia de estrategia
Compresión			<i>Shipping vids*</i>	Ausencia de estrategia	<i>Video-recaps extraídos*</i>	Ausencia de estrategia
Parodia/ <i>crossover</i>				Ausencia de estrategia		Ausencia de estrategia

Nota: Algunas modalidades comparten la misma estrategia de narrativa transmedia (por ejemplo, *fan fiction*, *fan art* y *fan vid* en expansión narrativa), de ahí que no exista separación.

*Submodalidades analizadas en el caso de *Infidels* y *Mistresses*.

Fuente: adaptado de Guerrero (en prensa) y Scolari (en prensa).

Video-recaps y shipping vids

Los *recaps* vistos en el segundo apartado no son piezas exclusivas de los productores originales del mundo narrativo. Es interesante observar cómo las tres propiedades de síntesis, recuerdo y divulgación atribuidas a estos resúmenes adquieren un sentido aún más pleno cuando la mirada se traslada al entorno de las comunidades de fans, y dentro de estas, a las minorías, en busca de visibilidad y representación, interesadas en compilar y difundir testimonios de dicha representación en los medios, con el fin de contribuir a una memoria e identidad cultural común. Esta circunstancia es especialmente clara en los *fandoms* (comunidades de fans) establecidos alrededor de *Infidels* y *Mistresses*. Ambas series retratan relaciones homosexuales entre dos de sus protagonistas, que atrajeron la atención de la porción de participantes LGBT¹⁸ en sus respectivos *fandoms*.

De esta forma, todo arco argumental de Arlet y Dani se encuentra *online* en YouTube, en videos que recogen las escenas de ambas en los distintos capítulos de la serie. Se trata de *videos-recaps* en su variante más simple, la *extraída*, en la que no se observa ningún montaje creativo por parte del autor, que, nunca mejor dicho, extrae las escenas de la historia marco en la que tienen lugar, para ordenarlas cronológicamente. Con este sencillo ejercicio de descontextualización se realiza un trabajo de compresión extremo, obviando otros programas narrativos que, en caso de aparecer, lo hacen de una forma accidental, debido a la interacción concreta de esos personajes con una, o con ambas, protagonistas del *video-recap*. La recreación del contenido original en estos resúmenes es, en efecto, mínima, ocasionalmente añadiendo un *subbing* en otros idiomas distintos al de la serie para favorecer su difusión a una audiencia más amplia. En el caso de *Infidels* se subtitula al español¹⁹ y al inglés²⁰, desde el catalán.

La línea narrativa de Jessica y Alex en *Mistresses* también cuenta con CTGU en el ámbito de los *video-recaps* extraídos, aunque su interés

para este trabajo se encuentra en la producción de *shipping vids*, una clase de *fan vid* cuyo objeto es rendir tributo a una pareja de una serie o película (denominada *ship* en las comunidades), normalmente utilizando una canción como hilo conductor a modo de *videoclip* musical. Estas piezas, al igual que los *recaps*, no exigen un conocimiento previo del mundo narrativo al que pertenecen, debido a la reinterpretación que el autor realiza a partir de la historia original, de ahí que el consumo por parte del destinatario sea completamente autónomo y, de forma secundaria, sirva como punto de entrada a la serie de televisión. Los *shipping vids* suelen compartir título y duración con el tema musical que se incluye en ellos, por ejemplo, en la pieza *Jessica & Alex Fan vid 'Cruel Intention'* (de una canción de Simian Mobile Disco)²¹, realizada por la usuaria de YouTube 'greys2938'.

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

Este ejemplo se aproximaría a lo que Dolezel (1999, pp. 287-288), en el campo de las

reescrituras posmodernas de clásicos literarios, entiende como una *estrategia de reescritura por desplazamiento*: “Una versión esencialmente distinta del protomundo rediseñando su estructura y reinventando su historia”. No obstante, el uso de las mismas imágenes en *el shipping vid* (versión) que en la serie (protomundo) y el mismo programa narrativo de base en ambos textos (el sujeto Jessica desea al objeto Alex) entra en contradicción con la posibilidad inscrita en la reescritura por desplazamiento de crear “antimundos polémicos que minan o niegan la legitimidad del protomundo canónico”, de ahí que se incida en el carácter híbrido entre canónico (se mantienen los programas narrativos de base de la serie) y alternativo (cambio en los actantes y en el significado final) de este *shipping vid*²².

Respecto al relato construido en el *fan vid*, además de la comentada selección de unas imágenes específicas, el montaje rompe con el orden cronológico y espacial de los acontecimientos, tal y como se estructuran en el relato de la serie de televisión. El video presenta acronías respecto a la serie de televisión: adelanta escenas que suceden más tarde en la ficción televisiva, y al revés, cuanto más avanzado está el relato, recurre a escenas de los primeros capítulos. De forma paralela, se fragmenta la continuidad espacial, ya que se pueden encontrar extractos de una misma escena compartida por la pareja a lo largo del video.

Conclusiones

La combinación de semiótica narrativa y narratología utilizada en el presente estudio de las series *Infidels* y *Mistresses* ha permitido abordar las peculiaridades de la ficción femenina en entornos *crossmedia*, a la vez que ha ayudado a profundizar en tres cuestiones específicas dentro de la práctica de la narrativa transmedia: la compresión narrativa, el uso de redes sociales y las aportaciones de los fans.

Se ha explicado, por un lado, cómo la práctica transmediática no solo gravita hacia movimientos que buscan la expansión de la historia por diferentes medios, sino que la compresión narrativa por

diversos medios es otra estrategia que profesionales e investigadores deberían tener en cuenta. Por otro lado, cabe destacar el tímido, pero progresivo establecimiento de las redes sociales como unos de los nuevos laboratorios para crear extensiones narrativas y el nuevo impulso que las reivindicaciones de los *fandoms* estarían tomando dentro del ecosistema transmediático.

Aplicar estrategias de compresión narrativa puede resultar de utilidad para ‘desenmarañar la red’ en productos o subgéneros, como la ficción femenina, con gran abundancia de programas narrativos y actantes para facilitar el acceso de nuevos espectadores o usuarios, y afianzar a los ya iniciados. La puerta de entrada abierta por una pieza compresora de la narración siempre será más cómoda para un recién llegado en su camino para adquirir unas competencias interpretativas básicas de la historia principal. Atendiendo al ejemplo paradigmático del *recap*, dos de las tres cualidades descritas por Scolari *et al.* (2012), la sintética y la divulgativa, apelan directamente a esa facilidad para dar a conocer un contenido.

En cambio, la resolución del problema del acceso a nuevos consumidores se vuelve más compleja si se intenta responder a la necesidad de adquirir competencias interpretativas por medio de una pieza que expanda un aspecto de esa historia, pues estos productos transmediáticos normalmente no pueden ser entendidos si no existe un conocimiento previo del contexto que les da origen. De este modo, a un productor le sería más fácil captar un nuevo usuario desde, por ejemplo, el *recap* infográfico de *Mistresses*, que desde el Facebook de Arlet, mientras que el usuario obtendría una posición cognitiva más sólida con la cual empezar a explorar el universo transmediático que tiene por delante. En lo que respecta a los usuarios ya iniciados, la cualidad de recuerdo del *recap* les permitiría evaluar sus propias competencias y los aseguraría a la hora de migrar hacia extensiones transmedia de esa ficción, como las redes sociales.

En el caso de la ficción femenina, las redes sociales entrañan un potencial muy interesante

para ser explotado de una forma más intensa que la vista en el caso del Facebook de Arlet. Además de sus aplicaciones a estrategias de comprensión narrativa, la abundancia de actantes y programas narrativos en este género posibilitaría la creación de nuevas líneas argumentales por medio de perfiles sociales de personajes que interactúen entre sí, reproduciendo la *atmósfera canónica* de la historia (los elementos fundamentales del estilo del relato y el modo de actuar de los personajes) en las plataformas sociales.

Simultáneamente, se trasladaría el producto hacia uno de los lugares preferidos de ocio del público objetivo al que se dirige. Es notorio el uso que las mujeres dan a las redes sociales²³, así como la inclinación general de los usuarios a la multitarea mediática²⁴, que permite combinar varias pantallas al mismo tiempo, con lo cual estas pantallas pierden la exclusividad de la atención. Ambas circunstancias hacen evidente la pertinencia de adoptar una visión panorámica de las oportunidades creativas que ofrecen las plataformas sociales a productos o ideas que inicialmente no parecen aptos para el desarrollo transmedia.

El Facebook de Arlet es, así mismo, un ejemplo de lo que se podría llamar la *muerte de la extensión transmedia*, es decir, no habría una continuidad de la narrativa en las extensiones una vez ha concluido el relato en el medio que da origen al mundo narrativo transmedia. La 'vida útil' de esta extensiones estaría ligada, por tanto, con la existencia del relato en el medio principal, con vistas a fidelizar audiencias. En el caso del Facebook de Arlet, la situación es bastante clara: la ausencia de actualizaciones tras el final de la serie derivó en una pérdida de seguidores indicativa del proceso de *muerte* de esta extensión. Todo esto obliga a pensar en las posibilidades que, en general, presentarían las redes sociales en cuanto a plataformas económicamente asequibles para prolongar la vida de los mundos (y, por ende, las marcas) transmedia, más allá del final del relato y el medio del que surgieron.

Dentro de esta vocación por entender la complejidad de la práctica transmediática tam-

bién es importante empezar a plantearse el papel que en él desempeñan las comunidades de fans, ejemplo por excelencia de la cultura participativa. Comprender en profundidad aquellos contenidos transmediáticos generados por los fans (CTGU) alrededor de un producto de la cultura de masas es la clave para reflexionar sobre aspectos secundarios, como el activismo de estas comunidades y de los subgrupos que las componen, hoy en día cada vez más visibles y mejor organizados, gracias a los cambios tecnológicos que han afectado el consumo de medios de comunicación.

Estas posiciones reivindicativas no son ajenas a la historia de los *fandoms*, pero han adquirido plena madurez dentro del contexto de la narrativa transmedia, proclive por naturaleza a las prácticas participativas. Por ello, y a la luz de los casos estudiados en este trabajo, cabe preguntarse hasta qué punto los fans pondrían en marcha una *agenda-fan* (si se permite este *remix* de la clásica *agenda-setting* introducida por McCombs y Shaw en 1972) a través de sus modalidades de expresión, para introducir contenidos determinados en la conversación de los medios y sus usuarios, e, incluso, de sus propias comunidades.

El espíritu exploratorio del proyecto espera haber contribuido, en primera instancia, a poner de relieve desde un enfoque textual algunos conceptos e ideas todavía emergentes en el ámbito de la investigación sobre narrativa transmedia y fenómeno fan en español; y en segunda instancia, a llamar la atención sobre posibles transformaciones de la ficción femenina y sus audiencias en el contexto transmediático.

Tanto los casos como la metodología escogida para estudiarlos han servido, por tanto, a la concreción de esos objetivos, aunque ambos aspectos también han evidenciado algunas limitaciones de fondo. Por un lado, *Infidels* y *Mistresses*, en cuanto a producciones transmedia de ficción femenina, carecen, como se ha podido ver en estas páginas, de desarrollo en algunas plataformas ajenas al entorno web (por ejemplo, libros), lo que ha afectado en cierta medida la variedad y cantidad textual de la muestra. Por otro lado, el método que

integra semiótica narrativa y narratología excluye el análisis en profundidad de los procesos creativos que dan lugar a las producciones de los fans.

Si la actividad de las audiencias evoluciona al tiempo que lo hacen los productos que consumen, otros prismas metodológicos, como la etnografía, adquirirían una renovada relevancia dentro de la esfera de estudios sobre narrativa transmedia, para observar cómo se desarrollan las relaciones entre audiencias y productos con un claro com-

portamiento *crossmedia*. En el caso específico de la ficción femenina, se abrirían, por ejemplo, oportunidades para actualizar los aportes de los estudios etnográficos que investigadoras como Ang (1985) y Baym (2000) han realizado en el ámbito de las audiencias de un subgénero tan reconocido como las *soap operas*. O, en el entorno hispano, encontrar nuevos enfoques multidisciplinares para el análisis de las telenovelas y el impacto en su público objetivo.

Referencias

- Ang, I. (1985). *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination*. London: Routledge.
- Ardévol, E., Roig A., Gómez-Cruz, E. & San Cornelio, G. (2010). Prácticas creativas y participación en los *nuevos media*. *Quaderns del CAC*, 13(1), 27-28. Recuperado de <http://bit.ly/KbGVCP>
- Askwith, I. (2007). *Television 2.0: Reconceptualizing TV as an engagement medium*. Tesis de Máster en Comparative Media Studies, MIT. Recuperado de <http://cms.mit.edu/research/theses/IvanAskwith2007.pdf>
- Bacon-Smith, C. (1992). *Enterprising women: Television fandom and the creation of popular myth*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press.
- Bal, M. (1987). *Teoría de la narrativa (Una Introducción a la Narratología)*. Madrid: Cátedra.
- Baym, N. K. (2000). *Tune in, log on: soaps, fandom and online community*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Bechmann Petersen, A. (2006). Internet and cross media productions: case studies in two major danish media organizations. *Australian Journal of Emerging Technologies and Society*, 4(2), 94-107. Recuperado de <http://www.swinburne.edu.au/hosting/ijets/journal/V4N2/pdf/V4N2-3-Bechmann-Petersen.pdf>
- Belsunces Gonçalves, A. (2011). *Producción, consumo y prácticas culturales en torno a los nuevos media en la cultura de la convergencia: el caso de Fringe como narración transmedia y lúdica*. Trabajo Final del Máster en Sociedad de la Información y el Conocimiento, Universitat Oberta de Catalunya (UOC).
- Booth, P. (2010). *Digital fandom*. New York, NY: Peter Lang Publishing.
- Caldevilla Domínguez, D. (2010). Mujeres 2.0. Una visión sobre el consumo de Internet de la mujer de hoy. *Icono 14*, 8(1), 326-336.
- Cascajosa Virino, C. (2006). El espejo deformado: Una propuesta de análisis del reciclaje en la ficción audiovisual norteamericana. *Revista Latina de la Comunicación Social*, 61. Recuperado de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200605cascajosa.pdf>
- Chatman, S. (1990). *Historia y discurso. La estructura narrativa en la novela y el cine*. Madrid: Taurus.
- Dena, C. (2009). *Transmedia practice: theorising the practice of expressing a fictional world across distinct media and environments*. Tesis doctoral, University of Sydney. Recuperado de http://dl.dropbox.com/u/30158/DENA_TransmediaPractice.pdf
- Dolezel, L. (1999). *Heterocósmica: ficción y mundos posibles*. Madrid: Arco Libros.

- Eco, U. (1981). *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*. Barcelona: Editorial Lumen.
- Fiske, J. (1991). The cultural economy of fandom. En L. Lewis (Ed.), *The adoring audience* (pp. 30-49). New York, NY: Routledge.
- Genette, G. (1989). *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Madrid: Taurus.
- Grandío, M. & Hernández Pérez, M. (2011). Narrativa crossmedia en el discurso de Ciencia Ficción. Estudio de Battlestar Galactica (2003-2010). *Área Abierta*, 28, 1-20.
- Greimas, A. y Courtés J. (1982). *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje. Vol. 1*. Madrid: Gredos.
- Guerrero, M. (en prensa). Webs televisivas y sus usuarios: un lugar para la narrativa transmedia. *Comunicación y Sociedad*.
- Gwenllian Jones, S. (2002). Phantom Menace: killer fans, consumer activism and digital filmmakers. En X. Menkik y S.J. Schneider (Eds.), *Underground USA. Filmmaking beyond the Hollywood canon* (pp. 169-179). London: Wallflower Press.
- Hellekson, K. & Busse, K. (Ed.) (2006). *Fan fiction and fan communities in the age of the internet*. Jefferson, NC: McFarland
- Hills, M. (2002). *Fan cultures*. Londres: Routledge.
- Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: television fans and participatory culture*. London: Routledge.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Jenkins, H. (enero, 2003). Transmedia storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. *Technology Review*. Recuperado de <http://www.technologyreview.com/biomedicine/13052/>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Penley, C. (1992). Feminism, psychoanalysis, and the study of popular culture. En L. Grossberg, C. Nelson & P.A. Treichler (Eds.), *Cultural studies* (pp. 479-500). New York, NY: Routledge.
- Perryman, N. (2008). Doctor Who and the convergence of media. A case study in transmedia storytelling. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1), 21-39.
- Ryan, M. L. (2004). *Narrative across media*. Lincoln, NE: University of Nebraska Press.
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia storytelling: implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production. *International Journal of Communication*, 3, 586-606.
- Scolari, C. A. (en prensa). Lostology: Transmedia storytelling, cross-media strategies and narrative around the island. *Semiótica*.
- Scolari, C. A., Jiménez, M. & Guerrero, M. (2012). Narrativas transmediáticas en España: cuatro ficciones en busca de un destino cross-media. *Comunicación y Sociedad*, 25 (1), 137-164.
- The Cocktail Analysis (2011). *Informe 'Televidente 2.0'*. Quinta edición, septiembre de 2011. Recuperado de <http://www.slideshare.net/TCAnalysis/televidente-2011-pblico-9345446>
- Valencise Gregolin, M. (2010). Viver a vida no limiar da tela: a narrativa transmídia chega à novela. *Revista Geminis*, 1(1), 53-67.

Notas

1. Entre los trabajos recientes enfocados al análisis de la narrativa transmedia en ficción femenina se destaca el estudio realizado por Valincese Gregolin de la telenovela brasileña *Viver a vida* (2010).
2. El término *crossmedia* forma parte de una plétora de conceptos afines (*transmedia storytelling*, *multiple platforms*, *transmedial worlds*, *hybrid media*, *intertextual commodity*, *multimodality* e *intermedia*, entre otros), que, a grandes rasgos, definen un mismo fenómeno de producción de historias combinando distintos medios, lenguajes y plataformas (véanse, por ejemplo Bechmann Petersen, 2006; Scolari, 2009).
3. En este artículo se utiliza una acepción de *fan* cercana al concepto de "prosumidor" (acrónimo de *productor* y *consumidor*). Así, el fan es el seguidor de una obra de la cultura de masas, cuya fuerte implicación le lleva a producir contenido relacionado con dicha obra y a participar en "comunidades interpretativas", junto con otros fans, en el sentido expuesto por Jenkins (1992). Gwenllian Jones (2002, p. 172) subraya esta distinción de forma más detallada: "Los fans no son solo espectadores que se limitan a ver películas o programas de televisión, sino que también escriben *fan fiction* y crítica cultural, producen *fan art*, graban videos, crean webs o derivados y, además, buscan a otros fans con quienes compartir su entusiasmo" (traducción libre de la autora).
4. El término *remix* se utiliza en este trabajo desde su traducción literal como sinónimo de remezcla y, también, de reinterpretación.
5. En ficción, un *spin-off* o derivado es un proyecto narrativo, normalmente de tipo audiovisual, cuyo personaje protagonista procede de un proyecto narrativo anterior, en el que o bien desempeñaba un papel secundario (por ejemplo, el psiquiatra Frasier aparecía en la comedia de situación *Cheers*, antes de protagonizar *Frasier*, un clásico caso de *spin-off* de éxito entre público y crítica), o compartía protagonismo con otros personajes (Joey fue uno de los seis amigos de *Friends* antes de embarcarse en la fallida *Joey*, serie cancelada tras dos temporadas en antena).
6. Véase definición de vídeo-*recap* en la próxima sección.
7. Véase <http://blogs.tv3.cat/infidels.php>.
8. Véase <http://www.bbc.co.uk/mistresses/>.
9. Véase <http://blogs.tv3.cat/infidels.php?itemid=32132&catid=2145>.
10. Véase http://www.youtube.com/watch?v=_CY5dpBwCo.
11. Véase <http://www.bbc.co.uk/mistresses/thetangledweb/>.
12. Véase <http://ca-es.facebook.com/arletferrerres>.
13. Véase <http://www.e4.com/skins/>.
14. Véase <http://www.e4.com/misfits/>.
15. El acento en el análisis textual del trabajo ha dejado en un segundo plano cualquier consideración en profundidad de impacto en la audiencia; no obstante, estos datos se califican de interés para lograr una mejor comprensión del contexto del análisis. Así mismo, y pese a que se ha acotado el estudio a la primera temporada de *Infidels* (y, por tanto, a la producción textual en Facebook relativa a ese periodo), es importante señalar que en mayo de 2012, más de un año después del final de la serie, el número de seguidores del perfil había descendido de 1.261 hasta 1.024, tras meses sin nuevas actualizaciones en el perfil (concretamente, desde junio de 2011). Esta pérdida de seguidores del perfil es síntoma de lo que, en general, se podría denominar 'muerte de la extensión transmedia' (ver apartado de conclusiones), es decir, el cese de producción textual en las extensiones cuando el relato ha terminado en el medio principal.
16. Véase *Infidels*, Facebook de Arlet Ferreres Miró, en <http://ca-es.facebook.com/arletferrerres> (consultado el 20 de abril de 2011). La entrada del perfil citada en este trabajo ya no es accesible.
17. Véase *Infidels*, Facebook de Arlet Ferreres Miró, en <http://ca-es.facebook.com/arletferrerres> (consultado el 20 de abril de 2011).
18. Se utilizan las siglas LGBT (lesbianas, gays, bisexuales y transexuales) para designar a la persona o colectivo de personas cuya orientación no es heterosexual.
19. Véase <http://www.youtube.com/watch?v=r312nsfrHqI>.
20. Véase http://www.youtube.com/watch?v=5moxCpF_QuE.
21. Véase <http://www.youtube.com/watch?v=HZcjNywTuco>.
22. En otros ejemplos, como el *shipping* *vid* *Mistresses-Alex and Jessica-Tunnelvision*, el autor se mantiene fiel al canon de la serie y a la temática que presenta a través de la línea narrativa de Jessica.
23. "Otro de los informes actuales que con mayor repercusión está impactando en cuanto al informe del papel de la mujer dentro de Internet es el estudio Mediascope 2008 realizado por la EIAA (Asociación de Publicidad Interactiva europea). De él se extraen los siguientes datos significativos: El 48 por ciento de los internautas españoles son mujeres, una cifra que se ha duplicado en los últimos diez años, y un 54 por ciento son usuarias de las redes sociales" [...] "Muy lejos queda ya la imagen de maruja propia de las películas de los años 60, 70 y 80, en las que la mujer se dedicaba a hojear las páginas de las revistas llamadas femeninas y las páginas a ellas dedicadas en las demás publicaciones. Esto hace que los contenidos demandados por las mujeres sean cada vez más frecuentes en la Red de Redes y que los portales hayan de adaptarse a esta nueva afluencia ciberfemenina en cuanto a espacio, publicidad, estructura [...] creando un nicho de mercado que todavía está sin explorar plenamente, pero que no tardará mucho en llevarse a cabo" (Caldevilla Domínguez, 2010, p. 335).
24. Según datos del estudio *Televidente 2.0* del 2011 —elaborado por la consultora The Cocktail Analysis sobre una muestra representativa de 1.492 individuos entre 18 y 55 años—, en España, uno de cada dos espectadores (en concreto, un 54%) utiliza otros dispositivos tecnológicos mientras ve televisión, socializando la experiencia de consumo. El ordenador es el dispositivo de preferencia de un 47% de la muestra, seguido de la *tablet* (34%) y el *smartphone* (29%).