

# Narrativas transmedia y videojuegos

*Transmedia narratives and video games*

**Lisette Vidal** (Venezuela)  
Universidad Central de Venezuela  
[lisvidal001@gmail.com](mailto:lisvidal001@gmail.com)

© Publicación de conformidad con su autor. Esta cesión patrimonial comprende el derecho del Anuario ININCO para comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar los intereses y derechos morales que le corresponden como autora de la obra antes señalada. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización del autor. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 extraordinario. 1o octubre de 1993. Las imágenes utilizadas son estrictamente para uso académico y corresponden al archivo del Anuario ININCO-UCV.

## Narrativas Transmedia y Videojuegos<sup>1</sup>

Lissette Vidal

Universidad Central de Venezuela

<https://orcid.org/0000-0002-3094-4366>

### Resumen:

El presente artículo tiene como finalidad reflexionar sobre la relación existente entre los videojuegos y las narrativas transmedia como nuevas formas de comunicación. En primer lugar, se presenta de manera cronológica la evolución del término transmedia. Posteriormente, se explora la relación *Canon vs. Fandom* y, finalmente, se presentan algunas de las formas más comunes de cultura participativa alrededor de los videojuegos: *foros, reviews, gameplay, fanfiction, mods, cosplay, y machinima*. Se concluye que, más allá de sus posibilidades de entretenimiento, padres y docentes deben reconocer que las narrativas transmedia asociadas al videojuego también presentan grandes oportunidades de uso en el entorno educativo y el aprendizaje informal.

**Descriptor:** canon, fandom, machinima, narrativas transmedia, videojuegos.

### Abstract:

An approach to the relationship between video games and transmedia storytelling as new communication ways. First, it describes chronologically the evolution of the term transmedia. Following, it explores the Canon vs. Fandom relation and finally it describes some of the most common participatory culture ways about videogames: forums, reviews, gameplay, fanfiction, mods, cosplay and machinima. It concludes that beyond entertainment possibilities, parents and teachers must understand that transmedia storytelling, together with video games, provide also great opportunities to use the educational environment and the informal learning.

**Keywords:** canon, fandom, machinima, transmedia narratives, video games.

---

<sup>1</sup> El presente artículo corresponde a la ponencia presentada en el XI Seminario Internacional en Educación para el Uso Creativo de la TV: Videojuegos 360.

El mundo ha cambiado y la forma de contar historias también. Para iniciar esta reflexión, es necesario entender la definición de las narrativas transmedia como un fenómeno comunicacional que, mediado por la tecnología, fomenta la interactividad por parte del usuario y va más allá del mero asunto comercial o franquiciable.

Al hablar de narrativas transmedia es común encontrar la referencia al Dr. Henry Jenkins, Director de la carrera de Estudios Comparativos de Medios de la Facultad de Humanidades, Artes y Ciencias del *Massachusetts Institute of Technology* (MIT), quien desarrolla el término en su artículo denominado “*Transmedia Storytelling*”, en el cual afirma que:

En la forma ideal de la narración transmedia, cada medio hace lo que mejor sabe hacer, de modo que una historia puede ser introducida en una película, expandirla a través de televisión, novelas y cómics, y su mundo podría ser explorado y experimentado a través del juego. Cada entrada de una franquicia debe tener autonomía suficiente para permitir el consumo independiente. Es decir, no es necesario haber visto la película para disfrutar del juego y viceversa (Jenkins, 2003, s.p).

Sin embargo, ya en el año 1991, la Dra. Marsha Kinder, profesora del *Film & Media Studies School of Cinematics Arts of University of Southern California*, planteaba las relaciones intertextuales en su libro *Playing with power in movies, television, and video games*, a partir de la observación de contenidos de entretenimiento infantil en diferentes medios, soportes y/o formatos.

Kinder (1991) trabajó específicamente con la serie animada *Las Tortugas Ninja* (1984) y la forma en que sus contenidos se desarrollaban en televisión, videojuegos, cine, *marketing* y productos interactivos. Lo que la autora definió como “supersistema comercial de intertextualidad transmedia” (Citada por Montoya y Arango, 2015, p. 19).

Kinder (1991), diferencia los términos intertextualidad y transmedialidad para lo cual cita, en primer lugar, a Jhon Fiske quien afirma que “cualquier texto es necesariamente leído en relación con otros textos” (Kinder, 1991). En este sentido, se refiere a los nombres de las cuatro tortugas que caminan y usan máscaras de colores, como un evidente elemento de intertexto relacionado con los cuatro grandes artistas de la época del Renacimiento italiano: Leonardo (Leonardo Da Vinci), Miguel Ángel (Michelangelo Buonaroti), Donatello (Donato di Niccolò di Betto Bardi) y Rafael (Rafael Sanzio).

Al mismo tiempo, explica la transmedialidad como el tránsito narrativo de la televisión al videojuego, de éste al cine y de allí a otras plataformas. En definitiva, su estudio, de inicios de la década del noventa, se basa en la convergencia de ambos términos refiriéndose a la “Intertextualidad Transmedia” (Kinder, 1991).

Más adelante, con la llegada de la web, la investigadora y desarrolladora de videojuegos Brenda Laurel (2000), estudiaba la relación de los medios, sus formatos y la participación que los usuarios venían ganando a partir del desarrollo de la red de redes, definiendo ese momento como *post-convergencia*.

La autora cuestionaba la manera como los contenidos eran “reutilizados” en los diferentes medios y propuso el pensamiento transmedia:

Debemos pensar en términos "transmedia" desde el comienzo. La autoría tradicional es formal, es decir, uno piensa primero en la forma, drama, novela o juego, por ejemplo, y es la forma que guía la selección y disposición de los materiales. La nueva autoría es de naturaleza material, es decir, pone énfasis en el desarrollo de materiales que se pueden seleccionar y organizar para producir muchas formas diferentes (Laurel, 2000, s.p).

Lo que Laurel (2000) cuestionaba en ese momento era la repetición de los contenidos en los diversos medios; entendía que cada medio merecía una variante, un contenido único. Planteaba entonces una de las principales características de las narrativas transmedia: relatos independientes pero interconectados que conforman el universo narrativo.

Unos años más tarde Jenkins (2003) teorizaba sobre las narrativas transmedia en la revista *Technology Review* del MIT. Allí define tres de las características fundamentales:

1. Experiencias narrativas que fluyen por diversos formatos.
2. Cada uno de ellos cuenta un fragmento de la historia.
3. Los usuarios participan activamente en la construcción del universo narrativo.

Uno de sus principales aportes es la diferenciación entre lo “multimedia”, “crossmedia” y “transmedia”. El primero referido a la multiplicidad de formatos en un mismo soporte (ej: un CD puede contener texto, fotografía, video y música); el segundo, a un contenido que simplemente se adapta al lenguaje del nuevo medio, pero debe ser consumido en su totalidad para lograr su comprensión, en este caso el relato no se extiende; mientras que la transmedialidad añade la expansión, fragmentación e hipertextualidad del relato, así como la interactividad con la audiencia.

Continúan Jenkins, Ford y Green (2013) intentando explicar la naturaleza del fenómeno transmedia, en el libro *“Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture”* cuestionan el término “contenido” que de acuerdo a su definición literal se refiere a “eso que contiene” siendo esta expresión contraria a las narrativas transmedia, pues como aseguran los autores “si el ‘contenido’ no se esparce está muerto” (Jenkins, Ford y Green, 2013).

Otro autor que ha contribuido a ampliar las bases teóricas de las narrativas transmedia es el argentino Carlos Scolari, quien amplía lo propuesto por Jenkins (2013) y asegura que la apropiación por parte de los usuarios no necesariamente conlleva la expansión del relato, pero sí demuestra su “comprensión”.

[...] muchos contenidos audiovisuales, más que expandir el relato, lo reducen a su mínima expresión o se presentan bajo la forma de nanorelatos: trailers, recapitulaciones (recaps), videos sincronizados (synchros), etc. Sin llegar a proponer nuevos personajes o historias, estos minitextos también aportan otras claves de lectura del mundo narrativo y, a su manera, comienzan a formar parte del universo transmediático (Scolari, 2010, p. 84).

El educador Mario Kaplún señala que “solo se aprende lo que se vive, lo que se recrea, lo que se reinventa” (2002, p. 47) y este es un aspecto que se persigue al diseñar las narrativas transmedia. Se busca la producción de *Used Generated Content* (Contenido Generado por los Usuarios, en adelante CGU) porque de eso se trata el verdadero *fandom*.

Scolari (2014), intentando definir las narrativas transmedia, propone la relación entre el *canon* y el *fandom* (Scolari, 2014, p. 72). A las producciones transmediáticas desarrolladas por el productor o autor de la obra se le denomina “*canon*”, es decir, son los textos oficiales de la obra. Mientras que los textos producidos por los usuarios se les denomina “*fandom*”. Si bien es cierto que los productores son responsables de la realización de algunos subproductos como *merchandising*, videos, música, etc., pudiera considerarse el *fandom* como el espacio donde se gestan las verdaderas narrativas transmedia.

En este sentido, lo que para la Educomunicación es el “emirec”, para las narrativas transmedia es el “prosumer”. Un sujeto que sobrepasa su mera función receptora y pasiva para convertirse alternativamente en emisor/receptor o lo que es lo mismo productor/consumidor. Bajo esta premisa se pueden destacar algunos productos culturales gestados desde el *fandom*.

El usuario ya no se conforma con pertenecer a un club de fans, ahora se apodera de sus personajes, de la narrativa y la transforma. ¡El usuario ha evolucionado! Disfruta, produce y comparte contenidos a través de sus redes sociales. Justamente, la característica interactiva de los videojuegos, crea el ambiente propicio para desarrollar narrativas transmedia.

En los videojuegos, la participación del usuario es mucho más activa que en cualquier otro medio. Pero no todos los usuarios tienen el mismo nivel de participación. Algunos se limitan a comentar y compartir, formando

parte de una comunidad con los mismos intereses. Mientras que otros crean contenidos creativos propiamente dicho y le dan a la comunidad contenido adicional. Éstos últimos agrupan una gran cantidad de público a su alrededor y llegan incluso a ganarse la vida a partir de ello. Casos de *gameplayers* o *gamers* como @Vegetta777, @Willyrex, @JuegaGerman, @ElRubiusOMG, son claros ejemplos de este último grupo. ¿Qué hacen? *Review* del juego.

El *review* de un videojuego, en el que se comparte la experiencia de haber jugado, requiere que se asuman posturas críticas. Es necesario, haber investigado y analizado materiales complementarios del universo narrativo e incluso contenido generado por otros usuarios.

Un espacio importante para los *gamers*, son los foros, lugar de encuentro entre desarrolladores y usuarios, aunque también es común encontrar foros paralelos creados exclusivamente por usuarios. Allí, se realiza el intercambio de información sobre jugabilidad, actualizaciones, problemas, trucos, consejos y guías que son muy demandados por los usuarios. Las redes sociales son una extensión lógica de este escenario, en el que los usuarios posicionan *hashtag* e interactúan atendiendo las particularidades de cada juego.

Tal y como afirma, Jenkins (2010), la cultura participativa de las narrativas transmedia, promueve en los jóvenes oportunidades de aprendizaje entre pares (*peer to peer*). Aquellos que no posean los medios, tiempo o destrezas para avanzar en el videojuego, siempre pueden recurrir al conocimiento de los otros miembros de la comunidad mediante foros, blogs, web o redes sociales. Esta “Inteligencia Colectiva” (Levy citado por Jenkins, 2008) permite adquirir, rápidamente, mayores conocimientos que el que se podría alcanzar de manera individual.

En la cultura participativa, destacan las prácticas “*doing it together*” y “*doing it yourself*” (Jenkins et al, 2016) como parte de las experiencias en la que los medios emergentes transforman las prácticas cotidianas de los jóvenes. Jenkins citado por Scolari (2011) añade:

En la era de convergencia los consumidores se vuelven cazadores y recolectores de información proveniente de múltiples fuentes para formar una nueva síntesis. Las historias transmediáticas, en su nivel más básico, son historias que se cuentan a través de múltiples medios. En la actualidad las historias más significativas tienden a desplegarse a través de muchas plataformas mediáticas (p. 7).

Otro fenómeno mundial de CGU, puede observarse en portales como Fanfiction.net o Wattpad.com en donde millones de usuarios comparten sus escritos. El *fanfiction* es “una ficción de fans o fanáticos sobre una obra ya creada” (Martos citado por Abad, 2016, p. 85), es decir, “la escritura amateur de relatos de ficción basados en productos de la industria cultural” (Martos citado por Abad, 2016, p. 85).

Si bien el *fanfiction* o *fanfic* existe desde 1930, cuando entre las comunidades de fans de la ciencia ficción circulaban los fanzines, gracias a los nuevos medios esta práctica se ha popularizado. Actualmente, en Fanfiction.net existen más de 500 mil relatos relacionados a los videojuegos, siendo *Pokemon* el tema que encabeza la lista con más de 90 mil relatos.

Los usuarios también pueden agregar nuevas características o funcionalidades a los videojuegos a través de los *Mods* y *Skins*, que son extensiones del software que añaden nuevas texturas, escenarios, personajes, objetos, etc. En algunos casos, los mismos desarrolladores les brindan a los usuarios las herramientas para realizarlas. Es una práctica cada vez más frecuente. Las comunidades de usuarios intercambian saberes para desarrollar su propios *Mods*. A partir de ellos, se crean *mashups* tan inverosímiles como el *Chavo del 8* en el ambiente de *GTA* o se transforma un juego en otro completamente distinto.

Otra de las prácticas culturales de los fans es la del *cosplay* o *costume play*. Bajo esta denominación encontramos la práctica de disfrazarse como personajes de animé o videojuegos, en el que intervienen elementos como el maquillaje, el vestuario y hasta la forma de actuar para representar al personaje favorito.

Las posibilidades de intervención en los videojuegos permiten explorar, incluso, el lenguaje audiovisual como nunca antes. Hoy en día, es posible hacer una película animada de un motor de videojuego y es una práctica considerada por muchos un arte. De acuerdo con la Academia de Artes y Ciencias de Machinima (AMAS), la *machinima* se define como "cine animado dentro de un entorno 3D virtual en tiempo real."

Promover en los jóvenes la práctica de la *machinima*, permite abordar el aprendizaje del lenguaje audiovisual, no solo en sus dimensiones visuales y auditivas, sino también en lo narrativo y estético y, por supuesto, desde lo tecnológico.

Existen muchos otros productos culturales derivados de las narrativas transmedia y en particular de los videojuegos. Cada uno de ellos requieren, de parte de la academia, una mirada exhaustiva. Las narrativas transmedia son un fenómeno que llegó para quedarse. Es común observar narrativas que se desbordan de su contexto mediático original y que permiten que las comunidades de usuario se apropien de ellas, las transformen y las compartan por otros medios.

Por su parte, los usuarios de videojuegos además de ser fans de una determinada ficción, son individuos acostumbrados a moverse entre distintos medios, soportes o plataformas con el fin de lograr mayores niveles de inmersión.

Los creadores de videojuegos deben considerar que la estrecha relación con el espacio digital, les abona el terreno para permitir incluso que los usuarios formen parte del proceso creativo.

Más allá de sus posibilidades de entretenimiento, padres y docentes deben reconocer que las narrativas transmedia asociadas al videojuego también presentan grandes oportunidades de uso en el entorno educativo y el aprendizaje informal. Las escuelas deben prepararlos "no para el mundo que fue, sino para el mundo que será y ese mundo es altamente digitalizado. Los jóvenes se apasionan más de lo que aprenden en Facebook, YouTube o un videojuego que lo que aprenden en la escuela" (Jenkins, 2011, s.p).

A decir de Scolari: "lo que el productor no quiere, no sabe o no puede producir, lo hará el prosumidor".

## Referencias

ABAD, Bárbara

2016 Transmedia y fenómeno fan: la co-creación en el mundo del videojuego. <https://bit.ly/2SpuNrm>

FANFICTION

<https://www.fanfiction.net/>

JENKINS, Henry

2003 Transmedia storytelling. <https://bit.ly/373e0Q9>

2008 Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.

2010 Confessions of an Aca-Fan. <https://bit.ly/2tz4NkL>

JENKINS, Henry; FORD, Sam y GREEN, Joshua

2013 Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture. New York, New York University Press.

JENKINS, Henry; ITO, Mizuko y BOYD, Danah

2016 Participatory culture in a networked era a conversation on youth, learning, commerce, and politics. Ed. Wiley-Blackwell

KAPLÚN, Mario

2002 Una pedagogía de la Educomunicación. El comunicador popular. Editorial Caminos, La Habana.

KINDER, Marsha

1991 Playing with power in movies, television, and video games. From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles. Berkeley: University of California Press.

LAUREL, Brenda

2000 Creating core content in a post-convergence world. <https://bit.ly/2Ot6J5J>

MONTOYA, Diego y ARANGO, Miguel

2015 Los sistemas intertextuales transmedia como estrategia pedagógica: De The Walking Dead® a La Odisea. Correspondencias & Análisis, N° 5, año 2015. <https://bit.ly/371Cysz>

SCOLARI, Carlos

2010 Narrativa transmediática, estrategias crossmedia e hipertelevisión. En Lostología. Estrategias para entrar y salir de la isla. Buenos Aires: Cinema. <https://bit.ly/374Rart>

2011 Convergencia, medios y educación. Red Latinoamericana Portales Educativos. <https://bit.ly/39eFO5q>

2013 Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. Anuario AC/E de cultura digital. <https://bit.ly/2vXV7kP>

---

**Lisette Vidal:** Licenciada en Comunicación Social, cursante de la Especialización en Educación para el uso Creativo de la Televisión y la Maestría en Comunicación Social del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela.