

La difusión de la noticia transmedia y la expansión del prosumidor informativo: entre el periodismo transmedia, multiplataforma y crossmedia

The diffusion of transmedia news and the expansion of the informative prosumer: between transmedia journalism, multiplatform, and crossmedia

A difusão da notícia transmídia e a expansão do prosumidor informativo: entre o periodismo transmídia, multiplataforma e crossmídia

Víctor Hugo Garcés, Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá D.C., Colombia (vhgarcés@udistrital.edu.co)

Ángela Patricia Mendieta-Briceño, Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá D.C., Colombia (apmendieta@udistrital.edu.co)

RESUMEN | En los últimos años, las lógicas de la *transmedia storytelling* se han aplicado al periodismo, abriendo un nuevo campo práctico que ha impulsado el creciente interés por el análisis de la *transmedia news*. Sin embargo, pocos estudios se han centrado en identificar cómo, por una parte, las franquicias periodísticas usan la multiplataforma, la *transmedia* y la *crossmedia* para difundir reportajes, simultáneamente que, por la otra, los itinerarios de lectura de las audiencias y los contenidos que producen los usuarios dan forma, reenmarcan y remezclan estos contenidos. El objetivo de esta investigación fue conocer cómo los medios y las plataformas se comportan e interactúan con la lectura *transmedia* y con los contenidos generados por los prosumidores en una noticia que se difunde día tras día para reconstruir y resignificar el sentido del acontecimiento. Con un método mixto, que combina la estadística con la etnografía virtual y la revisión documental, se analizó un estudio de caso, un ejemplo significativo de reportaje *transmedia* considerado como un todo con su contexto de expansión y crecimiento participativo. En los resultados se observa cómo la distribución masiva del medio se ramifica y se expande simultáneamente a través de las plataformas, para ser experimentada por las audiencias y resignificada por el prosumidor.

PALABRAS CLAVE: noticia transmedia; narrativa transmedia; periodismo multiplataforma; periodismo crossmedia; periodismo transmedia.

FORMA DE CITAR

Garcés, V. H. & Mendieta-Briceño, Á. P. (2024). La difusión de la noticia transmedia y la expansión del prosumidor informativo: entre el periodismo transmedia, multiplataforma y crossmedia. *Cuadernos.info*, (57), 92-116. <https://doi.org/10.7764/cdi.57.65515>

ABSTRACT | *In recent years, the logic of transmedia storytelling has been applied to journalism, opening up a new practical field that has fostered the growing interest in analyzing transmedia news. However, few studies have focused on identifying how, on the one hand, journalistic franchises use multiplatform, transmedia, and crossmedia to disseminate reporting, simultaneously that, on the other hand, the reading itineraries of audiences and the user-produced content shape, reframe and remix these contents. The aim of this research was to find out how do media and platforms behave and interact with transmedia reading and user-generated content in a news story disseminated on a daily basis in order to reconstruct and resignify the meaning of the event. Based on a mixed method, combining statistics with virtual ethnography and documentary review, a case study was analyzed, a significant example of transmedia reporting considered as a whole with its context of expansion and participatory growth. In the results, it can be observed how the mass distribution of the medium branches out and simultaneously spreads across the platforms, to be experienced by audiences and resignified by the prosumer.*

KEYWORDS: *transmedia news; transmedia storytelling; multiplatform journalism; crossmedia journalism; transmedia journalism.*

RESUMO | Nos últimos anos, a lógica do relato transmídia tem sido aplicada ao jornalismo, abrindo um novo campo prático que tem fomentado o crescente interesse pela análise das notícias transmídia. No entanto, poucos estudos se concentraram em identificar como, por um lado, as franquias jornalísticas usam multiplataformas, transmídia e crossmídia para disseminar reportagens, ao mesmo tempo que, por outro lado, os itinerários de leitura das audiências e os conteúdos produzidos pelos utilizadores moldam, reformulam e remixam esses conteúdos. O objetivo desta pesquisa foi averiguar como os mídia e as plataformas se comportam e interagem com a leitura transmídia e com os conteúdos gerados pelos utilizadores numa notícia divulgada diariamente para reconstruir e ressignificar o sentido do acontecimento. A partir de um método misto, combinando estatística com etnografia virtual e revisão documental, foi analisado um estudo de caso, um exemplo significativo de reportagem transmídia considerada como um todo com seu contexto de expansão e crescimento participativo. Nos resultados, observa-se como a distribuição massiva do meio se ramifica e se espalha simultaneamente pelas plataformas, para ser vivenciada pelas audiências e ressignificada pelo prosumidor.

PALAVRAS-CHAVE: notícias transmídia; narrativa transmídia; jornalismo multiplataforma; jornalismo crossmídia; jornalismo transmídia.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el análisis de la narración de los medios está pasando del abordaje que pretende comprender la distribución de la cultura de masas a una novedosa perspectiva que aspira a entender el flujo de la cultura participativa o transmedia. Se está migrando de un modelo analítico centrado en la distribución masiva de los contenidos –donde se crean productos cerrados y específicos para el público y el receptor se convierte en un receptáculo del contenido producido y distribuido en masa–, a un modelo híbrido de circulación, en el que se considera que una mixtura de fuerzas verticales (de arriba a abajo y de abajo a arriba) determina cómo se comparte el contenido de forma mucho más participativa y desordenada (Jenkins et al., 2015). Este abordaje hace énfasis en el rol participativo de las audiencias y valora a los usuarios no solo como consumidores de contenidos producidos y controlados por las industrias mediáticas, “sino como personas que están dando forma, compartiendo, reenmarcando y remezclando el contenido de los medios” (Jenkins et al., 2015, p. 23).

En efecto, numerosas investigaciones sobre el relato mediático se han centrado en analizar “la expansión narrativa de famosas franquicias de ficción (Lost, Matrix, 24, Superman...)” (Guerrero Pico, 2015, p. 725), mientras que escasas investigaciones han abordado la aplicación de la *transmedia storytelling* al ámbito periodístico (Scolari, 2013; Guerrero Pico, 2015). Pocos estudios se han interesado específicamente por comprender cómo las industrias periodísticas introducen un producto periodístico a través de un medio, lo expanden gracias a múltiples plataformas y admiten la participación de la audiencia.

En este sentido, podemos encontrar investigaciones teóricas como la de Rampazzo Gambarato y Teixeira Tárzia (2016) que realizó un análisis conceptual para formular las diez dimensiones de las estrategias periodísticas transmediales enfocadas en la cobertura de eventos planificados (premisa y propósito, estructura y contexto, narración de noticias, construcción del mundo, personajes, extensiones, plataformas y géneros de medios, audiencia y mercado, compromiso y estética). Asimismo, investigaciones prácticas como la de Pase y sus colegas (2012) han estudiado si un proyecto periodístico transmedia contenía los requisitos de elaboración transmedial (ofrecer antecedentes, mapas del mundo, perspectivas de otros personajes sobre la acción y aumentar la participación de la audiencia). Por su parte, la indagación de Irala Hortal (2014) analizó si un reportaje tenía las características que debe de contener el periodismo transmedia (untable, perforable, continuo y serial, subjetivo, inmersivo, extraíble, inspirador a la acción y construido en mundos reales). La pesquisa de Costa-Sánchez y colegas (2020) identificó en una noticia, publicada en cuatro periódicos europeos, los tres elementos más importantes en el diseño de una narrativa transmedia (historia-contenido,

canales-plataformas y experiencia-audiencias). Finalmente, el análisis de Nieto (2017) examinó en un informe periodístico, publicado en tres diarios de economía, el nivel de aplicación de los principios de la transmedia (expansión, exploración, continuidad, serialidad, diversidad y puntos de vista, inmersión, extrabilidad, mundo real e inspiración para la acción).

Así, en general, los estudios que analizan la aplicación de la *transmedia storytelling* al periodismo demuestran que se ha avanzado en ampliar y profundizar las listas de criterios que consideran las industrias periodísticas a la hora de hacer *transmedia journalism*. No obstante, la comprensión de la manera en la que al menos una parte de la audiencia puede vivir el cruce entre el periódico y las plataformas y logra generar contenidos que resignifican el reportaje transmedia sigue estando escasa. Por ello, este estudio pretende analizar, en una noticia que se difunde día tras día, cómo la distribución masiva del medio se ramifica y se expande a través de las plataformas y permite ser reconstruida por los usuarios y logra ser resignificada por el prosumidor.

Periodismo multiplataforma, crossmedia y transmedia

Las expresiones periodismo multiplataforma, crossmedia y transmedia se han considerado semejantes, muy próximas, casi similares, o un paso previo la una de la otra (Costa Sánchez & Piñeiro Otero, 2012). Se han equiparado para indicar que el contenido periodístico fluye a través de las fronteras de los medios e, incluso, se han agrupado en términos como periodismo de convergencia, noticias convergentes o medios cruzados para señalar "el creciente interés del periodismo por informar y narrar las historias para ser reproducidas en múltiples plataformas" (Larrondo Ureta, 2016, p. 37). No obstante, existen marcadas diferencias (Costa Sánchez & Piñeiro Otero, 2012) en la manera de dispersar el contenido a través de los medios y las plataformas, en la relación de sentido entre las piezas y la historia, en los itinerarios de lectura que proponen y en los niveles de participación e implicación que admiten.

Entre las primeras distinciones que hacen diferentes estos términos se encuentra el cómo se dispersa el contenido y el sentido por los variados medios y plataformas. Mientras que la prensa multiplataforma adapta o traduce la misma noticia a diversos soportes, el *crossmedia journalism* despliega fragmentos complementarios y dependientes que se constituyen como partes de un único acontecimiento, y el periodismo transmedia introduce por un canal y expande mediante diferentes medios y plataformas información interrelacionada –que guarda autonomía narrativa y sentido completo– pero que a su vez aporta detalles inéditos a una historia periodística global. Es decir, el cometido principal del *multiplatform journalism* es que el receptor comprenda de entrada el significado

en su totalidad, independientemente del medio en el que se recibe la noticia. Diferente es lo que pasa en la *crossmedia news* y la *transmedia information*. En la primera, el receptor debe experimentar el conjunto de fragmentos “para entender el significado de cada uno de ellos” (Costa Sánchez & Piñeiro Otero, 2012, p. 111), mientras que en la segunda, pese a la posibilidad de que la audiencia comprenda los elementos centrales del acontecimiento en cada fragmento, el usuario profundiza en la complejidad y en el desarrollo del acontecimiento en la medida en la que va sumando detalles mientras consume cada pieza adicional.

Así, en los proyectos multiplataforma y crossmedia la presencia de múltiples medios no implica necesariamente que cada uno aporte una ganancia al relato o que descomponga su estructura original, lo que sí ocurre en los transmedia (Larrondo Ureta, 2016). En la narración multiplataforma, pese a que “una traducción siempre implica una pérdida y, al mismo tiempo, una ganancia” (Scolari et al., 2012, p. 147), cada pieza es casi idéntica a la otra y contiene la misma información. Esto no ocurre en los relatos crossmedia, pues “los fragmentos vehiculados carecen de sentido completo siendo preciso abordar la experiencia en su totalidad para comprenderlos” (Costa Sánchez & Piñeiro Otero, 2012, p. 111), ni sucede en la información transmedia, donde cada sub reportaje es lo suficiente autocontenido como “para posibilitar su consumo autónomo” (Scolari & Establés, 2017, p. 1016), y simultáneamente “cada nuevo texto supone una contribución específica y valiosa a la totalidad” y “todos ellos forman parte de un relato global” (Piñeiro Otero & Costa Sánchez, 2013, p. 927).

Otra diferencia radica en los itinerarios de lectura. Mientras que en la información multiplataforma no existe un itinerario como tal (cualquier medio o plataforma en la que se acceda a la información brindará de manera idéntica todos los detalles del acontecimiento), en el reportaje crossmedia “el receptor ha de seguir un itinerario que incluya todos y cada uno de los elementos, pues cada uno es una pieza significativa en la construcción del relato total y ha de ser experimentada para entender el todo” (Costa Sánchez & Piñeiro Otero, 2012, en Molpeceres Arnáiz & Rodríguez Fidalgo, 2014, p. 34). Así, cada producto es un fragmento de una experiencia más amplia que deben completar en su mente (Apperley, 2004). Sin embargo, en la noticia transmedia ocurre algo diferente: indistintamente el itinerario de lectura, “se le da ciertas libertades al usuario para reconstruir los hechos” (Robledo-Dioses & Atarama-Rojas, 2018, p. 11). Con cada itinerario no solo se accede, a partir de cualquiera de los fragmentos, a una experiencia de lectura autocontenida, sino que gracias a las posibilidades de navegabilidad hipertextual e interactividad mediática se logra una experiencia inmersiva, donde el prosumidor tiene la posibilidad profundizar cada vez más en la complejidad del acontecimiento,

mientras va generando retroalimentación y aportando contenidos que expanden la noticia y llenan los vacíos informativos.

Finalmente, la diferencia que más distingue estos tres términos son los niveles de participación e implicación de los usuarios. Mientras que en la multiplataforma, al igual que en la transmedia, por el grado actual de integración mediática e interactividad de la mensajería instantánea y las redes sociales, se puede lograr que el usuario comparta y comente las noticias en cualquier momento, convirtiendo la información en otra (Renó & Renó, 2017b), en el periodismo crossmedia no se admite la posibilidad de realizar un aporte que descomponga la estructura original (Larrondo Ureta, 2016); de hecho, rara vez se le permite al usuario participar. Debido a que el reportaje crossmedia se dispersa de manera sistemática a través de múltiples medios y plataformas con el fin de crear “una experiencia unificada y coordinada” (Sánchez Castillo & Galán, 2016, p. 509), la participación del usuario, por lo general, es netamente selectiva. Al igual que en la transmedia, el consumidor puede producir caminos o itinerarios de lectura diversos y heterogéneos (Rampazzo Gambarato & Teixeira Tárca, 2016), saltar de un contenido a otros referidos en el producto anterior, elegir cuáles de ellos formarán parte de la imagen central y cuáles van delineando los bordes; sin embargo, en la noticia crossmedia la audiencia solo puede completar todas las partes del conjunto (Pase et al., 2012). El objetivo de los proyectos crossmedia es ofrecer una experiencia integradora (Sánchez & Viñuela, 2019), donde sus “elementos deben formar un canon coherente en sus múltiples manifestaciones” (Costa Sánchez & Piñeiro Otero, 2012, p. 110).

Lo que más distingue a la noticia transmedia del reportaje multiplataformas y crossmedia es el alto grado de implicancia o de colaboración de la información. La noticia transmedia, a diferencia de la multiplataforma y la crossmedia, genera “experiencias en el público, con el fin de motivar y hacer que participe, asumiendo un rol activo en la expansión” (Scolari, 2013, en Larrondo Ureta, 2016, p. 37). Así, los proyectos transmedia promueven que el usuario y los grupos de coproducción (agencias de noticias, ONG, fans, entre otros) puedan completar, ajustar, mostrar otro punto de vista y contradecir la información, sin alterar o trastocar la noticia original (Mendieta Briceño & Garcés, 2022). A diferencia de la multiplataforma y la crossmedia, la noticia transmedia suele complementar la expansión con contenidos generados por los usuarios y desarrollar “espacios interactivos para albergarlos” (Scolari & Piñón, 2016, p. 25). En ocasiones, una parte de los usuarios, el prosumidor, se implica de tal manera que crea y distribuye contenidos creativos, elaborados “fuera de las rutinas profesionales de las corporaciones” (Scolari, 2013, en Sánchez & Viñuela, 2019, p. 64). Esto no sucede ni en la información multiplataforma ni en el reportaje crossmediado.

La noticia transmedia

A diferencia de la información multiplataforma y crossmedia, la noticia transmedia admite que, en un primer momento, se produzca y expanda masivamente, bajo el control autorial de la franquicia, de arriba a abajo (*top-down*), mientras posibilita la combinación y la ampliación realizadas por las contribuciones voluntarias creadas por los usuarios desde abajo (*bottom-up*) (Rosendo, 2016). La noticia transmedia, en una primera fase, se compone de fragmentos diferentes de un mismo acontecimiento que se introducen a través del canal principal y se expanden a través de más medios o plataformas para luego ser explorados y experimentados en sus diferentes repositorios; en el segundo momento, que puede ser simultáneo, logra, además de ser compartida y comentada, que una parte de la audiencia intervenga, modifique o resignifique por lo menos alguna porción la información propuesta por el productor seminal (Jenkins, 2003). Así, la información transmedia puede insertarse en las redacciones diarias, aunque sigue su propia lógica de expansión y crecimiento (Pase et al., 2012; Atarama-Rojas & Menacho-Girón, 2018), mientras que admite que los usuarios redistribuyan y participen y los prosumidores reelaboren y agreguen elementos novedosos al acontecimiento reportado (Jenkins, 2003).

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la investigación se adoptó un método mixto de investigación que contabilizó y correlacionó mensajes y reconstruyó e interpretó los modos de uso de las mediaciones culturales y las rutinas de resignificación a través de técnicas como la estadística, la observación participante o la etnografía virtual y la revisión documental. Este enfoque partió de un estudio de caso (Yin, 1994), un ejemplo significativo de noticia considerado como un todo con su contexto de expansión y crecimiento participativo, para comprender cómo una franquicia periodística difunde la transmediación inicial, se expande y resignifica participativamente con la ayuda de un prosumidor.

Corpus y muestra

Se seleccionó aleatoriamente como corpus, entre los dos principales y más antiguos diarios colombianos, al periódico *El Espectador*. Posteriormente, se definió la muestra excluyendo las noticias nacionales publicadas en julio de 2021 que no tuvieron expansión en las plataformas de la franquicia. Enseguida, se escogieron los grupos de artículos que incluían intervenciones, modificaciones o resignificaciones, como comentarios, emoticones, etc., y se descartaron los reportajes que no contaron con una reelaboración, redistribución o agregación de algún elemento novedoso. Finalmente, se encontró una noticia que cumplía con todos los requisitos: un universo noticioso extenso, se expandía por diferentes plataformas y, además de los comentarios, contenidos generados por un influenciador periodístico reconocido en el país.

Fases de la investigación

En una primera fase de recolección y alistamiento de datos se descargaron y organizaron en un archivador digital cronológico los contenidos de la noticia publicados en la página web del periódico, las plataformas y las redes sociales del prosumidor. Enseguida, se organizó la información en matrices temporales y descriptivas de varias entradas, que contenían en orden ascendente temporal la ficha técnica de la publicación y las capturas de pantalla.

En una segunda fase de correlación y codificación, se secuenciaron y agruparon, en una sola matriz, las publicaciones del medio, las plataformas y el prosumidor para luego reconstruir el sentido total del reportaje y detallar cada pieza comunicativa para identificar si, con respecto a la noticia original, se trataba de una réplica, una expansión o una agregación de contenido. Posteriormente se hizo una infografía sobre una única línea temporal, donde se sobrepusieron enlaces de continuidad de sentido, se codificaron los aportes y se colocaron marquillas en los cambios narrativos.

En la fase de análisis se identificaron, extrajeron y consideraron por separado los momentos más significativos de la ramificación de las publicaciones del medio, el cruce entre el medio y las plataformas y la expansión del prosumidor. A través de una etnografía virtual del sistema de noticias transmedia recolectado, se recorrieron y determinaron los posibles itinerarios de lectura y se experimentaron y definieron las vinculaciones del sentido informativo.

Finalmente, en una última fase de síntesis y elaboración de resultados, se revisó nuevamente la documentación sobre el tema y se agruparon los aportes en una matriz conceptual, para contrastar luego cada subcategoría con los hallazgos y describir las interconexiones en una narrativa explicativa.

RESULTADOS

Difusión de la noticia transmedia

La noticia seleccionada introduce a través de la prensa escrita el reportaje de un suceso nacional, para expandirlo casi simultáneamente a través de las publicaciones realizadas en diferentes plataformas: Facebook, Twitter y YouTube. La noticia del diario *El Espectador* trataba sobre un desplazamiento forzado realizado por grupos armados ilegales en el municipio de Ituango, departamento de Antioquia, Colombia; este se publicó el 23 de julio de 2021 en el periódico digital y combinó los 30 artículos publicados en el sitio web con las expansiones realizadas por los 21 posteos, 47 tuits y un video reportaje (YouTube), hasta culminar el 7 de agosto de 2021. Durante 16 días fueron insertados diariamente (Pase et al., 2012), en

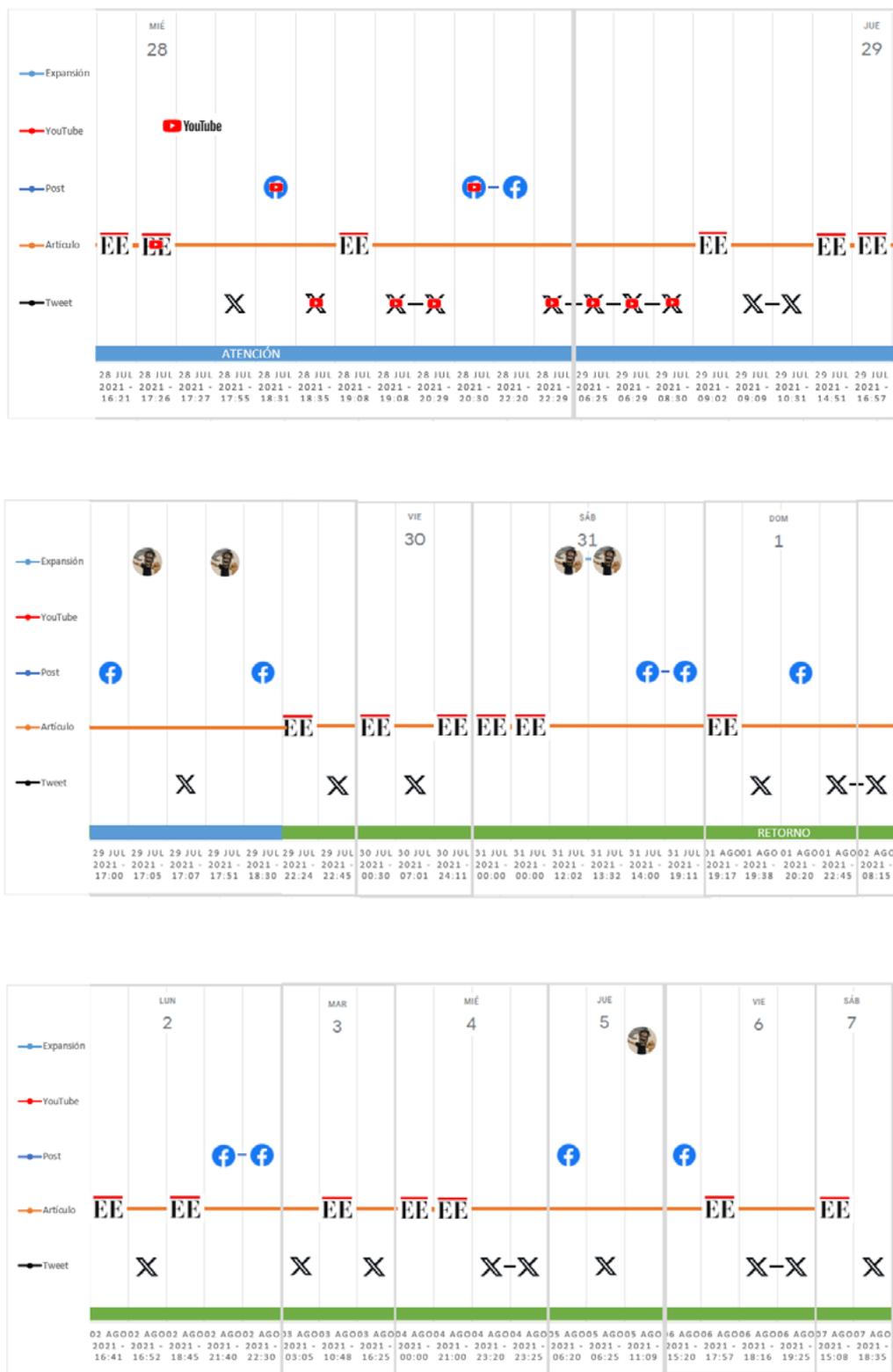


Figura 1. Crecimiento y expansión de la noticia transmedia analizada

Fuente: Elaboración propia.

El mundo narrativo (*storyworld*) del acontecimiento poco a poco se expandió y dispersó de manera continuada y controlada, nutriendo a la noticia con crónicas, caricaturas, video reportajes y artículos de opinión. Así, dependiendo de la fase en la que se encontraba el fenómeno (desplazamiento, recepción, atención o retorno), se incorporaron estrategias artísticas, multimedia y narrativas para añadir de forma arbórea y paralela nuevos escenarios y enfoques a la evolución del suceso.

En el inicio de la cadena de acontecimientos se presentó la cobertura de un problema complejo y continuo (Pase et al., 2012) que involucró ampliar la noticia hacia sus posibles comienzos al tiempo que se reportaba la magnitud del evento. Así, durante los cuatro primeros días, del 23 al 27 de julio de 2021, el tema apareció en el periódico y se fue actualizando, a la vez que se dispersaba la secuencia textual intercalando antecedentes y posibles orígenes. Con artículos periodísticos y reportajes investigativos, poco a poco se fue informando sobre los actores involucrados, el incremento de la cantidad de desplazados, lo que significaban estas cifras en comparación con otros desplazamientos y los antecedentes que delimitaron el acontecimiento.

La progresión de la cobertura periodística llegó a su nudo narrativo mientras se expandió el relato base con experiencias de convergencia y apuestas artísticas. Durante el quinto día de reportaje se informó sobre la recepción y atención de los desplazados y sobre la manera cómo los organismos del Estado comenzaban a atender la situación de desplazamiento, a confrontar a los grupos armados responsables y a dar solución a las condiciones de aislamiento que dificultaron el acceso al lugar, mientras se enriquecía la información con un video reportaje y una caricatura.

Así, por un lado, se usó el video reportaje (figura 2) para recapitular, conectar y expandir la cobertura: a través del video multimedia se narraron detalles inéditos de los antecedentes y lo sucedido y se determinaron los responsables, mezclando voces oficiales y de los afectados mediante la alternancia de audios de entrevistas telefónicas, la republicación de fragmentos de noticias televisivas y el uso de vídeos oficiales. Se analizó la posición geoestratégica del evento usando mapas, infografías, pantallazos de noticias en perfiles oficiales, fotorreportajes, videos y fotos de aficionados. Asimismo, mediante fotorreportajes, entrevistas y vídeos grabados por los periodistas, se informó sobre la forma en la que se atendió a los desplazados.

Por otra parte, se expandió la línea temporal con el uso de la crónica y del humor gráfico para mostrar eventos nunca antes vistos e inesperados, que propagaron las historias de personajes secundarios y dieron a conocer detalles curiosos (Scolari & Establés, 2017). Se difundieron narraciones de personajes periféricos, como la crónica del campesino que no se desplazó para cuidar los animales abandonados, o las caricaturas de los paisanos que en su desarraigo denuncian abandono, o la del migrante cantante que narra lo descorazonado del desalojo (figura 3).



Figura 2. Composición multimedia del video reportaje publicado en YouTube

Fuente: Elaboración propia.



Figura 3. Reportajes que expanden la narrativa mostrando eventos vicisitudes inéditas

Fuente: Elaboración propia.

Estos reportajes no repitieron la información, sino que mostraron cómo eran las vicisitudes inéditas de los campesinos desarraigados.

Finalmente, en la fase de cierre, se expandió la cobertura del evento con una serie de columnas de opinión, mientras se informaba y reflexionaba sobre el retorno de los desplazados. Entre las últimas entregas de información, el desenlace se complejizó ofreciendo artículos que no agregaron información a la cobertura, sino que contrajeron o comprimieron el universo del evento con las opiniones de los columnistas. Se describió simultáneamente el retorno de los campesinos al lugar del que fueron desplazados, se hizo un balance, se denunciaron las irregularidades y se intercalaron artículos que brindaron nuevos puntos de vista a la interpretación (Guerrero, 2012). Estos fragmentos textuales expandieron el acontecimiento al convertir la información en otra (Renó & Renó, 2017a).

Preview informativo transmedia: propagación multiplataforma, interconexión hipertextual y expansión por contracción transmedia

En la noticia analizada, la información transmedia se introdujo en el periódico digital y usó las síntesis informativas para propagarse a un público más amplio, interconectarse y realizar, en cada plataforma, una expansión por contracción (Scolari, 2013). En su proceso de propagación, la franquicia volvió a presentar la noticia contándola de nuevo a nuevas audiencias en redes sociales. Cuando se introducían nuevos acontecimientos al reportaje base, se ofrecían a los seguidores de cada plataforma hasta cuatro réplicas exactas del fotorreportaje, el titular y el lead de cada entrega, acompañadas de enlaces directos a los artículos de origen.

De esta forma, se expandía la recepción del mensaje fuente, incluso a las audiencias que recibían los mensajes sin acudir a la búsqueda de este tipo de información (Arrojo, 2014). En cada plataforma la comunidad de seguidores disfrutó y ansió cada nuevo retazo del mundo que se les ofrecía (Costa Sánchez & Piñeiro Otero, 2012), mientras que una fracción de lectores comentó y compartió las réplicas a una audiencia secundaria. Así, cada fragmento informativo, en virtud de su transporte viral, amplificó la recepción más allá de la influencia del medio y las plataformas de la franquicia, propagando cada noticia en ciclos de repetición expansiva hasta llegar fuera de la influencia directa.

En su proceso de interconexión, cada fragmento dispersado en las plataformas conectaba la información de origen constriñendo la información y agregando enlaces que hipervinculaban las plataformas con el medio. Así, gracias al volcado y a la adaptación del reportaje a los lenguajes y formas de cada plataforma (Costa Sánchez & Piñeiro Otero, 2012), cada pieza replicada en las redes decantaba la información secundaria hasta concentrarla en un *preview* informativo que permitía comprender el sentido global de la información sin tener que remitirse a la original (figura 4) usando hipervínculos en los titulares o en textos adicionales para profundizar en la información con el reportaje almacenado en el periódico digital.



Adaptación a Twitter



Adaptación a Facebook



Figura 4. Ejemplo de adaptación del reportaje a los lenguajes y formas de cada plataforma

Fuente: Elaboración propia.

En ocasiones, agregaba fragmentos de bajadas que determinaban y reforzaban la vía de acceso simultáneamente al significado local y global.

El fotorreportaje se usó, incluso, para lograr una identidad que unificó al medio con sus diferentes plataformas (González et al., 2018). Un solo fotorreportaje se usaba en el medio y en múltiples plataformas para agrupar partes en episodios, para vincular sucesos de la serie y para distinguirlas de otras marcas. Un mismo retrato se posicionaba como complemento de otra información textual para traer a la memoria y referenciar la conexión con una secuencia anterior, y la misma iconografía determinaba que cada una de las partes de todo el reportaje periodístico eran publicaciones de una misma franquicia, inclusive cuando se difundía por otros medios.

En su proceso de expansión por contracción, cada *preview* informativo no solo mantenía complementariedad e independencia narrativa en su sentido completo, sino que garantizaba que cada red social acumulara un sentido global. En su crecimiento y desarrollo, los elementos principales transferidos desde el medio original a cada réplica lograron producir, en su alternancia con las expansiones, una continuidad narrativa. Gracias a la autonomía de consumo respecto del relato base que adquiriría la información repetida, cada publicación se integraba en la secuencia total como un pseudo origen de la siguiente expansión del artículo. Quien no abandonaba la plataforma integraba en su acumulado de lectura el fragmento de información replicada como una actualización que luego era expandida por las siguientes entregas hasta lograr completar la serie.

De esta manera, cada una de estas réplicas supuso, en tanto que una expansión por contracción (Scolari, 2013), “una contribución específica y valiosa a la totalidad” (Piñeiro Otero & Costa Sánchez, 2013, p. 927). Cada síntesis publicada en la plataforma transfería los elementos principales, reorganizaba la información e interconectaba con el medio, y presentaba nuevamente la información incluyendo alguna esencia nueva y dejando “algún retrogusto diferente al original” (Scolari, 2013, p. 49). Sin embargo, cuando el receptor abandonaba la plataforma y se dirigía al medio a través del enlace, la información ofrecida se repetía y podía leerla inserta en un artículo periodístico con mayores detalles: se reforzaba la información de la plataforma y se ampliaban los detalles del acontecimiento, convirtiendo el reportaje original en una expansión con aportes inéditos.

Plataformas y difusión de la expansión transmedia

Por otro lado, se halló la alimentación transmediática del relato periodístico original. A diferencia de la transmediación de eventos noticiosos planificados, que publican expansiones definitivas respondiendo a acontecimientos temporales que están esquematizados y anunciados previamente (Rampazzo Gambarato & Teixeira Tárzia, 2016), la noticia examinada nació y evolucionó en el periódico digital y fue ampliada, parte por parte y día tras día, mediante múltiples soportes y plataformas (Atarama-Rojas & Menacho-Girón, 2018). Luego de abordar la totalidad de los artículos en los posts, los vídeos y los tuits que aparecieron todos los días (Pase et al., 2012), se vio que, a diferencia de la difusión de reportajes planificados con anterioridad, el relato transmediático examinado apareció progresivamente en el medio y se fue alimentando episodio tras episodio con material inédito difundido en canales distintos al original (Atarama-Rojas & Menacho-Girón, 2018).

Así, en su desarrollo, la noticia transmedia analizada no fue un producto acabado, listo para su consumo, sino que respondió a un sistema integrado de mensajes en continua transformación (Robledo-Dioses & Atarama-Rojas, 2018).

A diferencia de los documentales crossmedia, que publican una sola interfaz multiplataforma, la dispersión textual transmedia examinada alternó con el relato base nueva información interconectada y autocontenida en las distintas plataformas, para rehilar un reportaje que, sin ser inconcluso, no concluyó hasta el fin de la difusión. En su crecimiento exponencial, por tratarse de la cobertura de un problema complejo y continuo (Pase et al., 2012), la noticia analizada se expandió por medio de la incorporación de información de último momento, una contribución específica y valiosa tanto para todas las secuencias precedentes y posteriores como para la totalidad del reportaje.

Pese a que guardaron “independencia narrativa y sentido completo respecto al relato global” (Scolari, 2013, Citado en Nieto, 2017, p. 221), cada uno de estos fragmentos expansivos fue sumando detalles y situaciones que nutrieron y profundizaron el reportaje global. Las expansiones autocontenidas alojadas en las diferentes plataformas continuaron alimentando progresivamente a las publicaciones periódicas definitivas producidas por el medio, llenando vacíos, complejizando, ampliando o actualizando y corrigiendo la información. Así, estas piezas periodísticas brindaron gradualmente “la información necesaria para moldear el mundo transmedial” (Atarama-Rojas & Menacho-Girón, 2018, p. 37), transmutando el sentido informativo en otro o creando una red de detalles que poco a poco llevaron a un mejor conocimiento del acontecimiento.

A diferencia de las partes de una noticia crossmedia, que son fragmentos referenciados, las piezas expansivas publicadas en las plataformas dieron nueva forma, reenmarcaron o remezclaron la información previa y posterior con los nuevos detalles. En unas ocasiones, las expansiones interconectadas en las plataformas adaptaron los titulares, fotorreportajes, video reportajes y leads publicados en el medio al tiempo que se agregaron nuevos textos informativos y títulos sobrepuestos que guiaron hacia un nuevo sentido. En otras, entre las mismas plataformas se expandió la información cambiando los fotorreportajes que recapitulaban episodios anteriores o agregando nuevos textos a las expansiones anteriores.

Así, cada expansión publicada en las plataformas respondió a la capacidad de mejora continua e instantánea que tiene la noticia transmedia. Cada ampliación, contracción o modificación de la información publicada en Facebook, Twitter o YouTube permitió editar la serialidad del sentido estipulada por la publicación periódica y cerrada del medio. Cada fragmento expansivo dio nueva forma, reenmarcó o remezcló la información ya antes entregada por la misma franquicia.

Lectura transmedia y crossmedia

En la noticia analizada se hallaron dos tipos de lecturas. Por una parte, en la etapa de difusión masiva se encontró la posibilidad de experimentar un consumo

transmedia: una lectura que, sin ser inconclusa, no ha concluido (Costa Sánchez & Piñeiro Otero, 2012). Cada nuevo episodio de la serie de reportajes y cada expansión publicada aportó información sin interrupciones que se agregó en el orden temporal de la experiencia de la audiencia (Piñeiro Otero & Costa Sánchez, 2013; Costa Sánchez & Piñeiro Otero, 2012). Cuando un usuario consultó el diario para hacer un seguimiento de la noticia o recibió los nuevos retazos que se le ofrecieron a través de las plataformas, incorporó nuevos detalles al acumulado intertextual que tenía hasta el momento, acrecentando y enriqueciendo, cada vez más, los detalles y el análisis de lo sucedido.

Por otra parte, en la fase posmas de la noticia transmedia analizada se encontraron diferentes itinerarios y niveles de lectura crossmedia. Una vez terminada la etapa de difusión de la información examinada, se formaron múltiples recorridos de repaso retrospectivo de todos los fragmentos alojados en los diferentes repositorios. En su versión definitiva, cada uno de sus reportajes y expansiones constituyó una pieza significativa en la construcción del relato total, haciendo que fuera necesario experimentarlos agregativamente para poder entender el todo del acontecimiento. Así, después de culminados los reportajes, cualquier usuario pudo y puede comenzar la lectura en cualquier medio (Scolari, 2013) para proseguir uno de los diversos itinerarios crossmedia posibles, incluyendo en su lectura todas y cada una de las recapitulaciones, hasta completar el *transmedia world* (Costa Sánchez & Piñeiro Otero, 2012; Molpeceres Arnáiz & Rodríguez Fidalgo, 2014).

La expansión del prosumidor: creación e integración de los contenidos producidos por usuarios

Otro de los hallazgos en la noticia transmedia analizada fue la expansión realizada por el prosumidor informativo. En el “sistema integrado de mensajes” (Robledo-Dioses & Atarama-Rojas, 2018, p. 108) resalta la ampliación, recreación, remezcla y redistribución (Guerrero, 2012) realizada por un usuario que no fue solo consumidor sino además creador de contenidos (Costa-Sánchez et al, 2020). En complemento a la difusión y expansión multiplataforma de “arriba abajo (impulsada por los productores oficiales)” (Guerrero, 2012, p. 77), el reconocido influenciador periodístico conocido como *Se lo explico con plastilina* combinó el primer aspecto del mundo informativo analizado con ocho contribuciones deliberadas que lo apoyaban y expandían (Rosendo, 2016). Cuatro de ellas mezclaron la noticia original con otras formas de vivir la experiencia informativa (el uso de escenas informativas en plastilina), una propagó de nuevo y comentó una crónica publicada por la franquicia y tres compartieron tuits con puntos de vista alternativos.

Así, por un lado, el sitio web *Se lo explico con plastilina*, con la técnica de modelado en material blando y modelable, y posterior captura de imagen o vídeo, usó el arte plástico para, desde sus diferentes redes sociales, cooperar activamente en el proceso de expansión transmedia de la noticia analizada (Scolari & Establés, 2017). Mientras que la historia periodística trabajada profesionalmente se expandía a través de diferentes plataformas, enriqueciéndose con las características particulares publicadas en cada soporte (Robledo-Dioses & Atarama-Rojas, 2018), las redes sociales del prosumidor agregaban ramificaciones narrativas constantes que ofrecían adaptaciones que aportaban “nuevas interpretaciones al material” (Melle Goyanez et al., 2018, p. 5).

En las primeras expansiones del prosumidor, publicadas paralelamente al crecimiento exponencial programado por la franquicia periodística, se ofrecieron extensiones que alteraron el modo en que se entendía (Melle Goyanez et al., 2018) y la manera en la que se experimentaba la información (Trillo-Domínguez & Alberich-Pascual, 2020). En una primera pieza informativa se matizó el fotorreportaje, permitiendo la contemplación con otro lenguaje de la recreación del acontecimiento. Se recontó fotográficamente la historia de los desplazados a una nueva audiencia, haciendo mínimas adiciones y supresiones al material original (Melle Goyanez et al., 2018). En otra, se recordó y contó, mediante un titular, nueva información de las situaciones vividas y los acontecimientos experimentados por personajes insertos en escenas del mundo diegético existente (figura 5).

En un segundo contenido generado por el usuario, el prosumidor creó una historia paralela y periférica (García & García, 2018) para ramificar la trayectoria de la historia periodística (Jenkins, 2003). Con el uso de otro lenguaje, *Se lo explico con plastilina* mostró eventos ficcionales nunca antes vistos e inesperados, donde se extendió el acontecimiento hacia la historia paralela de personajes animados secundarios y se conocieron detalles curiosos (Scolari & Establés, 2017). Mezclando elementos de ficción y no ficción, este fan de la noticia desplegó, producto de su imaginación, una nueva situación de ruptura espaciotemporal relacionada con la dispersión textual que encuentra en el reportaje de la franquicia su hilo conductor. Con su novedoso relato plástico convirtió una relación directa, con una narrativa central, en una interpretación y una transposición de sus elementos hacia otro horizonte.

Así, la primera versión presentada de la serie de rasgos distintivos de la noticia transmedia se reelaboró y transformó con la complicidad de su consumidor, ahora convertido en prosumidor (Scolari & Establés, 2017). Por un lado, la imagen mental de la mundanidad compartida entre las audiencias y los creadores (Scolari & Establés, 2017) se transfiguró al agregar, mediante la expansión del prosumidor, un nuevo punto de vista a la interpretación y una nueva interpretación del material (Melle Goyanez et al., 2018).

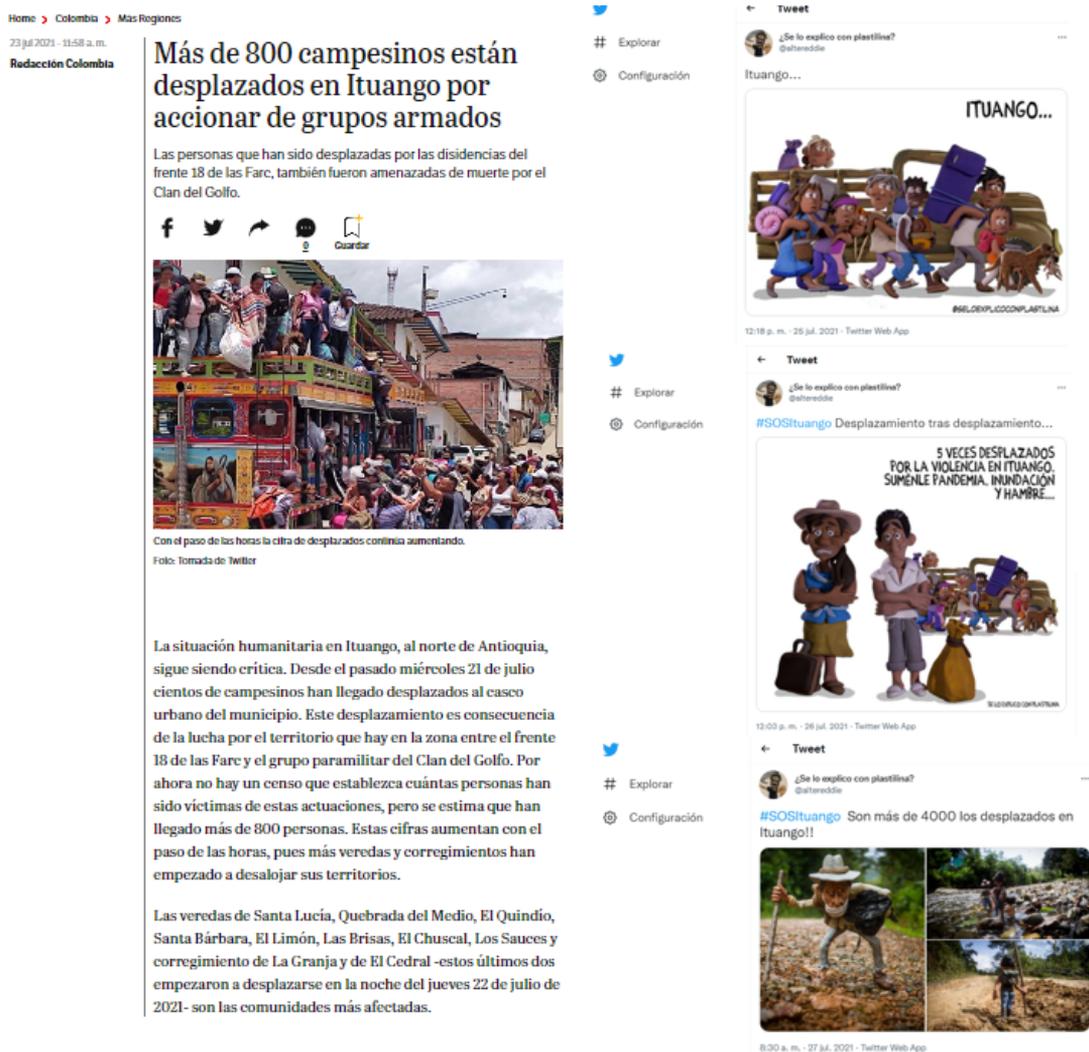


Figura 5. Adiciones y supresiones realizadas por el prosumidor al material original
 Fuente: Elaboración propia.

Por el otro lado, “las propiedades abstractas que recorren y atraviesan las diferentes manifestaciones” (Scolari & Establés, 2017, p. 1018) de la noticia transmedia se enriquecieron y alimentaron con la puesta en marcha y el despliegue de una historia no oficial: la otra cara de la triste historia del desplazamiento (figura 6). Una comprensión añadida, que guardaba “independencia narrativa y sentido completo” (Costa Sánchez & Piñeiro Otero, 2012, p. 112), pero que mostraba una mezcla de la noticia con eventos sucedidos en otro espacio y en un tiempo simultáneo.

a nuevas audiencias en redes sociales a través de réplicas constreñidas y puede también, alternando en cada plataforma los *preview* informativo transmedia con material inédito e independiente, ampliar los detalles del suceso introducidos en el canal original. Finalmente, con la culminación del reportaje, puede alcanzar suficiente complementariedad y dependencia semántica entre sus episodios para lograr una estructura de navegación y lectura crossmedia entre las múltiples piezas comunicativas publicadas en los diversos soportes y alojamientos del medio y las plataformas.

Se concluye también que la expansión transmedia de la noticia no solo depende del flujo de los contenidos controlados por las industrias de los medios: una parte de la audiencia, especialmente un prosumidor que crea información alternativa, puede ampliar, recrear, mezclar y redistribuir una porción de la información propuesta por el productor seminal y agregar información que bifurque el sentido narrado. Esa fracción de la audiencia puede ofrecer extensiones que alteren el modo en el que se entiende y la manera en la que se experimenta la información, y puede alternar con creaciones paralelas y periféricas que ramifiquen la trayectoria de la historia periodística. Esto implica, sin lugar a duda, que existe una posibilidad de que parte de las audiencias combinen nuevos puntos de vista o detalles y amplíen la noticia transmediada con contribuciones voluntarias creadas por los usuarios desde abajo (*bottom-up*) (Rosendo, 2016).

La comparación con la literatura analizada mostró que los productos informativos transmedia no planificados no responden estrictamente al conjunto de reglas que las investigaciones consideran básicas para la realización del periodismo transmedia. Por el contrario, en la práctica, esta experiencia analítica mostró que no todos los reportajes transmedia que se difunden día tras día responden a una estructura analítica distinta a los indicadores, elementos, principios, dimensiones y requisitos mencionados en los últimos años por los investigadores, sobre todo cuando se aborda la mezcla de fuerzas verticales y horizontales que las componen. Por ello, los aportes de esta investigación al campo demuestran que sigue siendo necesario multiplicar los estudios de las estructuras transmedia, incluso en su relación con los medios y las plataformas que no forman parte de la franquicia periodística, y profundizar en la parte semántica y discursiva que puede demostrar cómo se comporta el material informativo durante el cruce de sentido y la participación activa de la audiencia.

REFERENCIAS

- Arrojo, M. J. (2014). Los contenidos transmedia y la renovación de formatos periodísticos: la creatividad en el diseño de nuevas propuestas informativas (The Transmedia Content and Renewal of Journalistic Formats Creativity in Designing New Information Proposals). *Palabra Clave*, 18(3), 746-787. <https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.3.6>
- Atarama-Rojas, T. & Menacho-Girón, N. (2018). Narrativa transmedia y mundos transmediales: Una propuesta metodológica para el análisis de un ecosistema mediático, caso *Civil War* (Transmedia storytelling and transmedial worlds: A methodological proposal for the analysis of a media ecosystem, case Civil War). *Revista de comunicación*, 17(1), 34-56. <https://doi.org/10.26441/RC17.1-2018-A2>
- Costa Sánchez, C. & Piñeiro Otero, T. (2012). Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataforma, crossmedia y transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE) (New audiovisual narratives: multiplatform, crossmedia and transmedia. The case of Águila Roja (RTVE)). *Revista ICONO 14. Revista científica de Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 10(2), 102-125. <https://doi.org/10.7195/ri14.v10i2.156>
- Costa-Sánchez, C., Rodríguez-Vásquez, A. I., & López García, X. (2020). Transmedia or repurposing journalism? News brands in the era of convergence. Compared study of Greek elections coverage by *El País* (ES), *The Guardian* (UK), *La Repubblica* (IT), and *Público* (PT). *Journalism*, 21(9), 1300-1319. <https://doi.org/10.1177/1464884917734053>
- García-Ortega, A. & García-Avilés, J. A. (2018). Los newsgames como estrategia narrativa en el periodismo transmedia: propuesta de un modelo de análisis (Newsgames as a storytelling strategy in transmedia journalism: an analysis model proposal). *Revista Mediterránea de Comunicación*, 9(1), 327-346. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2018.9.1.19>
- González, L., Puebla, B. y Pérez, P. (2018). De la maquetación a la narrativa transmedia: una revisión del concepto de “diseño de la información periodística” (From Layout to Transmedia Narrative: A Review of the Concept of “News Design”). *Palabra Clave*, 21(2), 445-468. <https://doi.org/10.5294/pacla.2018.21.2.8>
- Guerrero, M. (2012). La red enmarañada: narrativa transmedia en ficción femenina El caso de *Infidels* y *Mistresses* (The Tangled Web: Transmedia Storytelling in Female Fiction. The Case of *Infidels* and *Mistresses*). *Signo Y Pensamiento*, 31(61), 74-90. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/4410>
- Guerrero Pico, M. (2015). Producción y lectura de *fan fiction* en la comunidad *online* de la serie *Fringe*: transmedialidad, competencia y alfabetización mediática (Production and reading of fan fiction in the online community of the Fringeseries: transmediality, competition and media literacy). *Palabra Clave*, 18(3), 722-745. <https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.3.5>
- Irala Hortal, P. (2014). Nuevas narrativas en el periodismo actual. El periodismo transmediático (New Narratives in the Current Journalism. Transmediatic Journalism). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(1), 147-158. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n1.45224
- Jenkins, H. (2003, January 15). Transmedia Storytelling. *MIT Technology Review*. <https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/>

- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación (Convergence Culture. The culture of convergence of the media)*. Paidós.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2015). *Cultura transmedia: la creación de contenido y valor en una cultura en red (Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture)*. Gedisa.
- Larrondo Ureta, A. (2016). El relato transmedia y su significación en el periodismo. Una aproximación conceptual y práctica (Implications of Transmedia Storytelling for Journalism. A Conceptual and Practical Approach). *Trípodos*, (38), 31-47.
http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/324
- Melle Goyanez, M., Pardo Grego, A., Toural Bran, C., & López García, X. (2017). La Dimensión Transmedia De Harry Potter: Rasgos De Las Extensiones Canónicas (The transmedia dimension of Harry Potter: features of the canonical extensions). *Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 15(2), 1-24.
<https://doi.org/10.7195/ri14.v15i2.1023>
- Mendieta Briceño, Á. P. & Garcés, V. H. (2022). Escritura y alfabetización transmedia. Del aprendizaje de las competencias textuales a la enseñanza de la composición hipertextual de la narrativa transmedia (Writing and Transmedia Literacy. From Learning Textual Skills to Teaching Hypertextual Composition of Transmedia Narrative). *Signo Y Pensamiento*, 41. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp41.eata>
- Molpeceres Arnáiz, S. & Rodríguez Fidalgo, M. I. (2014). La inserción del discurso del receptor en la narrativa transmedia: el ejemplo de las series de televisión de ficción (The introduction of the receiver's discourse in transmedia storytelling: the case of TV shows). *Historia y Comunicación Social*, 19, 31-42. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45008
- Nieto, N. (2017). Transmediaciones en la producción de contenidos periodísticos especializados en economía (Transmediations in the journalistic content output in specialized economic media). *Cuadernos.Info*, (40), 219-233. <https://doi.org/10.7764/cdi.40.1037>
- Pase, A. F., Nunes, A. C. B., & Fontoura, M. C. (2012). One subject, many paths: transmedia communication in journalism. *Brazilian Journalism Research*, 8(1), 63-76.
<https://doi.org/10.25200/BJR.v8n1.2012.442>
- Piñeiro Otero, T. & Costa Sánchez, C. (2013). De series españolas de éxito a producciones audiovisuales transmediáticas. Análisis de “Águila Roja”, “El Barco” y “Amar en tiempos revueltos” (From Spanish tv series to audiovisual transmedia productions. Analysis of *Aguila Roja*, *El Barco* and *Amar en tiempos revueltos*). *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 19, 925-934. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42175
- Rampazzo Gambarato, R. & Teixeira Tárca, L. P. (2016). Transmedia Strategies in Journalism. An analytical model for the news coverage of planned events. *Journalism Studies*, 18(11), 1381-1399. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1127769>
- Renó, D. & Renó, L. (2017a). La narrativa imagética en el periodismo transmedia de formato largo: participación y navegación cognitiva (Image-based narrative in long-form transmedia journalism: participation and cognitive navigation). *Obra Digital*, (12), 87-99.
<https://doi.org/10.25029/od.2017.113.12>

- Renó, D. & Renó, L. (2017b). Algoritmo y noticia de datos como el futuro del periodismo transmedia imagético (Algorithm and Data News as the future of imagetive transmedia journalism). *Revista Latina de Comunicación Social*, (72), 1468-1482. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1229>
- Robledo-Dioses, K. & Atarama-Rojas, T. (2018). Periodismo transmedia y consumo mediático de la generación millennials (Transmedia journalism and media consumption of the millennial generation). *Anagramas*, 17(33), 105-127. <https://doi.org/10.22395/angr.v17n33a5>
- Rosendo, N. (2016). Mundos transmediales: revisión conceptual y perspectivas teóricas del arte de crear mundos (Transmedial Worlds: Conceptual Review and Theoretical Approaches on the Art of Worldmaking). *Revista ICONO 14. Revista científica de Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 14(1), 49-70. <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/930>
- Sánchez Castillo, S. & Galán, E. (2016). Narrativa transmedia y percepción cognitiva en El Ministerio del Tiempo (TVE) (Transmedia narrative and cognitive perception of TVE's drama series *El Ministerio del Tiempo*). *Revista Latina de Comunicación Social*, (71), 508-526. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1107>
- Sánchez, C. & Viñuela, E. (2019). Narraciones transmedia, música y videojuegos: el caso de Los ríos de Alice de Vetusta Morla y Delirium Studios (Transmedia storytelling, music and videogames: the case of "Los ríos de Alice" by Vetusta Morla and Delirium Studios). *Revista ICONO 14. Revista científica de Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 17(1), 60-82. <https://doi.org/10.7195/ri14.v17i1.1242>
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan* (Transmedia narratives: when all media count). Deusto.
- Scolari C. A. & Establés M. J. (2017). El ministerio transmedia: expansiones narrativas y culturas participativas (The Transmedia Ministry: Narrative Expansions and Participatory Cultures). *Palabra Clave*, 20(4), 1008-1041. <https://doi.org/10.5294/pacla.2017.20.4.7>
- Scolari, C. A., Jiménez, M., & Guerrero, M. (2012). Narrativas transmediáticas en España: cuatro ficciones en busca de un destino cross-media (Transmedia Storytelling in Spain: four fictions searching for their cross-media destiny). *Comunicación y Sociedad*, 25(1), 137-163. <https://doi.org/10.15581/003.25.36179>
- Scolari, C. A. & Piñón, J. (2016). Las narrativas transmedia en el mercado audiovisual latino de Estados Unidos. Actores, contenidos y estrategias (Transmedia storytelling in the U.S. Latino audiovisual market. Actors, contents and strategies). *Comunicación Y Sociedad*, (27), 13-52. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i27.4335>
- Trillo-Domínguez, M. & Alberich-Pascual, J. (2020). Análisis y tipificación de formatos emergentes en el ciberperiodismo español: de la adaptación multimedia a la disrupción transmedia (Analysis and typification of emerging formats in Spanish cyberjournalism: from multimedia adaptation to transmedia disruption). *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 26(1), 367-375. <https://doi.org/10.5209/esmp.67317>
- Yin R. (1994). *Case Study Research. Design and Methods*. SAGE.

SOBRE LOS AUTORES

VÍCTOR HUGO GARCÉS, catedrático universitario en el área de las Ciencias Sociales y la Comunicación. Magíster en Comunicación-Educación por la Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Entre sus principales líneas de investigación se encuentran la pedagogía de las Ciencias Sociales, la convivencia ciudadana, la radio comunitaria y el periodismo transmedia.

 <https://orcid.org/0000-0002-2185-5177>

ÁNGELA PATRICIA MENDIETA-BRICEÑO, catedrática universitaria en el área de la pedagogía y la comunicación. Magíster en Comunicación-Educación por la Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Entre sus principales líneas de investigación se encuentran la pedagogía de la escritura, la *transmedia storytelling* y el periodismo transmedia.

 <https://orcid.org/0000-0002-7506-1217>