

UNIVERSIDAD CEU SAN PABLO DE MADRID  
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
Escuela Internacional de Doctorado



CEU

*Universidad  
San Pablo*

TESIS DOCTORAL  
CONFIGURACIÓN DE PROYECTOS TRANSMEDIA PARA  
LA FICCIÓN TELEVISIVA EN ESPAÑA:  
EL CASO DE ‘EL MINISTERIO DEL TIEMPO’

Autor:

Jorge Miranda Galbe

Directores:

Dr. Francisco Cabezuelo Lorenzo

Dr. Javier Figuro Espadas

Madrid, 2017



## AGRADECIMIENTOS

Esta tesis doctoral, realizada en Madrid, Logroño y Ciudad de México, entre enero de 2015 y marzo de 2017, no habría sido posible, con total seguridad, sin el apoyo y la ayuda de las siguientes personas, a quienes quiero expresar mi más sincero agradecimiento.

En primer lugar a mis directores de tesis, los doctores Francisco Cabezuelo Lorenzo y Javier Figuro Espadas, por su inestimable ayuda, apoyo y guía para llevar a cabo esta ardua tarea. Su dedicación y consejos han sido los más importantes y esenciales para sacar adelante esta investigación.

A la Escuela Internacional de Doctorado de la Universidad CEU San Pablo de Madrid y al Banco Santander, por su confianza al otorgarme la ayuda a la movilidad investigadora. De esta forma se pudo realizar una estancia en el TEC de Monterrey de Ciudad de México, una experiencia que sirvió de mucho en el desarrollo de este trabajo.

Al doctor Jacob Bañuelos Capistrán, profesor del TEC de Monterrey campus Ciudad de México, por su invitación para llevar a cabo la estancia de investigación. Al doctor Roberto Domínguez Cáceres, profesor de la misma Institución, por las facilidades dadas para llevar a cabo el trabajo y por las conversaciones mantenidas durante la estancia. Éstas han servido para enriquecer el resultado final del proyecto, así como para plantear futuras posibles investigaciones. También he de agradecer a la profesora María José Vázquez de la Mora y a la doctora Nohemí Lugo su hospitalidad en las visitas realizadas al TEC de Monterrey campus de Querétaro.

No puedo olvidarme de mis compañeros de la serie '*Amar es para siempre*', donde aprendí a hacer ficción televisiva, algo muy útil para esta investigación. Mención especial merece el equipo de dirección de esta serie y, ante todo, 'Jota',

quien siempre confió en mí para desempeñar diferentes funciones en ese departamento.

También debo expresar mi agradecimiento a mis amigos, quienes han estado apoyándome en todo momento. Especialmente David, Rubén y Jesica. Y, por supuesto, a Mónica, por su apoyo y comprensión.

A Homer, probablemente el perro que más sabe sobre transmedia, pues pasear con él me ayudaba a despejar las ideas. Por supuesto, a mis hermanos, Blanca y Jaime, quienes siempre han ejercido como tal. En gran parte, este proyecto ha salido adelante por ellos.

Por último, quiero dar las gracias a mi padre, por absolutamente todo. No ahora, sino siempre. Y, por supuesto, no puedo olvidarme de la persona que hizo posible que esté escribiendo estas líneas. Ella fue quien me inculcó la idea del doctorado y, junto con mi padre, es a quien le debo todo. A mi madre.

## RESUMEN

La narrativa transmedia ha sido ampliamente estudiada por académicos de todo el mundo, definiéndose como una forma de contar historias a través de distintos medios que implica, a su vez, la participación de la audiencias.

Esta tesis doctoral, titulada “Configuración de proyectos transmedia para ficción televisiva en España: el caso de *‘El Ministerio del Tiempo’*”, amplía el conocimiento de los proyectos que utilizan distintos medios para narrar historias. Tras un detallado análisis del corpus teórico existente sobre la materia, este trabajo propone un modelo basado en la imagen del universo para llevar a cabo una organización de los contenidos que forman parte de estos proyectos transmedia.

La narrativa transmedia era considerada, por norma general, como una técnica que permitía casi cualquier tipo de contenido en su interior. Este trabajo demostrará que los universos transmediáticos se componen de varios sistemas narrativos bien diferenciados, con contenidos específicos para cada uno, dependiendo del tipo de comunicación al que pertenezcan. La narrativa transmedia, por su lado, será la formada única y exclusivamente por los materiales de ficción.

Una vez aclarada la organización de estos proyectos, el estudio se delimita a los mundos de ficción, desgranando las técnicas y estrategias utilizadas para ampliar las historias. Para ello, este trabajo propone una metodología novedosa que se basa en una serie de variables que deben cumplir todos los contenidos de ficción que formen parte de la narrativa transmedia.

Para llevar a cabo esta investigación, se recurre al estudio de caso de la serie de televisión *‘El Ministerio del Tiempo’*. Ésta es la primera ficción española con una clara vocación transmedia desde el inicio, expandiendo su historia a través de diferentes medios y plataformas, conformando una historia global.

Los resultados de la investigación muestran la validez del modelo de organización propuesto para los proyectos transmedia, así como la metodología empleada para conocer el funcionamiento de la narrativa transmedia.

Al mismo tiempo, *'El Ministerio del tiempo'* se erige como un ejemplo paradigmático de narración transmedia, así como la configuración de su proyecto global, repleto de mundos narrativos claramente diferenciados. Esta forma de concebir la transmisión de las historias, crea mundos narrativos inmensos que los espectadores/usuarios pueden explorar. Se está ante la técnica narrativa total, donde toda la historia de un mundo de ficción puede ser contada.

Palabras clave: Transmedia, *'El Ministerio del Tiempo'*, ficción televisiva, narrativa, mundos narrativos.

## **ABSTRACT**

Transmedia storytelling has been widely studied by academics around the world, defined as a way of telling stories through different media that, in turn, involves the participation of the audience.

This dissertation, entitled "Setting up transmedia projects for television fiction in Spain: the case of 'The Ministry of Time'", expands the knowledge of projects using different means to tell stories. After a detailed analysis of the current theoretical corpus, this work proposes a model based on the image of the universe to propose an organization of the contents that are part of these transmedia projects.

Transmedia storytelling was considered, normally, as a technique that allowed any type of content in its interior. This work will demonstrate that the transmedia universes are composed of several well-differentiated narrative systems, with specific contents for each one, depending on the type of communication that they belong. On the other hand, transmedia storytelling will be formed exclusively by fiction contents.

Once the organization of these projects has been clarified, the study is delimited to fictional worlds, revealing the techniques and strategies used to expand the stories. This work proposes an original methodology based on a series of variables that all the fiction contents that are part of the transmedia storytelling must fulfill.

To implement this research, this work resort to the case study of television serie 'The Ministry of Time'. This is the first Spanish fiction with a clear transmedia vocation from the beginning, expanding the history through different media and platforms, forming a global history.

The results of the research show the validity of the proposed organization model for the transmedia projects, as well as the methodology used to know the operation of the transmedia narrative.

At the same time, 'The Ministry of Time' raise as a paradigmatic example of transmedia storytelling, as well as the configuration of its global project, full of clearly differentiated narrative worlds. This way of conceiving the transmission of the stories creates enormous narrative worlds that the spectators/users can explore. It is the total narrative technique, where all the history of a fictional world can be narrated.

Keywords: transmedia, *'The Ministry of Time'*, television fiction, narrative, narrative worlds.



## **GLOSARIO DE ABREVIATURAS**

Por orden alfabético:

ABC: American Broadcasting Company (compañía de radiodifusión estadounidense).

AMC: American Movie Classics.

BBC: British Broadcasting Corporation (corporación británica de radiodifusión).

CGU: Contenido generado por los usuarios.

CTGU: Contenido transmedia generado por los usuarios.

DHT: Documental histórico transmedia.

DPT: Documental de la producción transmedia.

EMDT: El Ministerio del tiempo –serie de televisión–.

HBO: Home Box Office (taquilla en casa).

JO: Juego Online.

JRA: Juegos de realidad alternativa.

MT: Marketing transmedia o transbranding.

NT: Narrativa transmedia.

PDT: Periodismo transmedia.

PT: Publicidad transmedia.

RTVE: Radiotelevisión española.

TVE: Televisión española.

TV3: Televisió de Catalunya.

VR: Realidad virtual.

## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	11
2. JUSTIFICACIÓN Y OBJETO DE ESTUDIO.....	14
3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS.....	17
3.1. Objetivos generales.....	17
3.2. Objetivos específicos.....	19
3.3. Hipótesis de trabajo.....	21
3.4. Estructura de la investigación.....	22

### PARTE 1: MARCO TEÓRICO

4. CONTEXTO.....	25
5. NARRATIVA TRANSMEDIA.....	38
5.1. Definición de la narrativa transmedia.....	41
5.2. Acotación del término.....	46
5.3. Universo transmedia, mundos narrativos y medios estrella.....	47
5.4. Dimensión narrativa frente a dimensión económica.....	52
5.5. Características de la narrativa transmedia.....	55
5.5.1. La narrativa transmedia según Henry Jenkins.....	55
5.5.2. La narrativa transmedia según Jeff Gómez.....	59
5.6. Otras aproximaciones epistemológicas.....	63
5.6.1. Cross-media.....	63
5.6.2. Multimedia.....	64
5.6.3. Hipertelevisión.....	65
5.6.4. Interactividad.....	69
5.6.5. Remediación.....	72
5.6.6. Fenómeno <i>intercomposicional</i> y fenómeno <i>intracomposicional</i> .....	73
5.7. Expansión narrativa.....	74
5.7.1. Expansión frente a compresión.....	76
5.7.2. Estrategias de expansión narrativa.....	79
5.8. La adaptación.....	84
6. WEB 2.0.....	90

6.1. Redes sociales.....	94
7. EL FENÓMENO FAN.....	99
7.1. El prosumidor.....	103
7.2. Tipologías textuales.....	109
7.2.1. Formas en las que se representan las tipologías textuales.....	113
8. EL PROYECTO TRANSMEDIA.....	117
8.1. El productor transmedia.....	118
8.2. Creación del mundo narrativo.....	120
8.2.1. Premisas básicas para la creación del mundo narrativo.....	124
8.3. La narrativa en un proyecto transmedia.....	130
8.4. Medios y plataformas.....	135
9. LA ‘BIBLIA’ TRANSMEDIA.....	141
9.1. Contenido de la biblia transmedia.....	142
10. SÍNTESIS DEL MARCO TEÓRICO.....	149

## **PARTE 2: METODOLOGÍA**

11. METODOLOGÍA.....	154
11.1. Procedimiento metodológico.....	159
11.1.1. Tablas y variables.....	164
11.1.2. Descripción de los mundos narrativos.....	165
11.1.3. Descripción del universo transmedia.....	166
11.1.4. Análisis individualizado de los contenidos.....	176
11.1.5. Catalogación de los contenidos.....	181

## **PARTE 3: ANÁLISIS DE CONTENIDO. ESTUDIO DE ‘EL MINISTERIO DEL TIEMPO’**

12. INTRODUCCIÓN A LA SERIE.....	184
12.1. Antecedentes.....	185
12.2. El fenómeno fan. Los ‘ministéricos’.....	188
12.3. Audiencia en directo.....	195
12.4. Audiencia en diferido.....	197

13. ANÁLISIS DE ‘ <i>EL MINISTERIO DEL TIEMPO</i> ’ .....	200
13.1. Estudio de los personajes.....	200
13.1.1. Personajes principales.....	201
13.1.2. Personajes secundarios.....	205
13.1.3. Otros personajes.....	208
13.2. Mythos, topos y ethos en ‘ <i>El Ministerio del Tiempo</i> ’ .....	211
13.2.1. Mythos.....	213
13.2.2. Topos.....	218
13.2.3. Ethos.....	219
13.3. Los capítulos de ‘ <i>El Ministerio del Tiempo</i> ’ .....	224
14. ANÁLISIS DE ‘ <i>EL MINISTERIO DEL TIEMPO</i> ’ COMO PROYECTO TRANSMEDIA.....	237
14.1. Análisis de la página web.....	239
14.2. Análisis de los contenidos del universo transmedia de ‘ <i>El Ministerio del Tiempo</i> ’ .....	249
14.3. Resultados.....	335
14.3.1. Catalogación de los contenidos.....	335
14.3.2. Universo transmedia de ‘ <i>El Ministerio del Tiempo</i> ’ .....	339
14.3.3. Mundos narrativos de ‘ <i>El Ministerio del Tiempo</i> ’ .....	342
14.3.4. Resultados de la expansión narrativa transmedia de ‘ <i>El Ministerio del Tiempo</i> ’ .....	351
14.3.5. Tipologías textuales de las expansiones de la narrativa transmedia de ‘ <i>El Ministerio del Tiempo</i> ’ .....	354
15. CONCLUSIONES.....	356
15.1. Conclusiones generales.....	357
15.2. Conclusiones específicas.....	361
16. BIBLIOGRAFÍA.....	366
ANEXOS.....	388
Anexo I.....	389
Anexo II.....	416
Anexo III.....	430
Anexo IV.....	445

## 1. INTRODUCCIÓN

Las series de televisión han adquirido una importancia más que notable en la actualidad debido a que la concepción que se tenía sobre ellas ha cambiado en las últimas dos décadas. Esto es consecuencia, en gran medida, de la gran calidad tanto técnica como artística que se propone en las mismas. Ficciones extranjeras como *Los Soprano* (HBO, 1999-2007), *Breaking Bad* (AMC, 2003-2008), *Lost* (ABC, 2004-2010), *Mad Men* (AMC, 2007-2015), e incluso algunas producciones nacionales como *Vis a Vis* (Antena 3, 2015-2016) o *El Ministerio del Tiempo* (TVE, 2015-actualidad), han puesto de manifiesto que este tipo de proyectos pueden rivalizar incluso con el cine, algo impensable hasta hace bien poco.

La industria de la televisión otorga cada vez más importancia a este tipo de contenidos, puesto que muchos de éstos ejercen como buques insignia de las cadenas de televisión. Tanto la calidad técnica como la de los contenidos que se emiten son una muestra del nivel de cada una de las ellas, e incluso están ayudando a mejorar la percepción que se tenía sobre la televisión hasta ahora. Por esta razón, cada vez se producen ficciones de mayor factura. Ejemplos de esto, en el ámbito nacional, son, a parte de las ya mencionadas, series como *Cuéntame* (TVE, 2001-actualidad), *Isabel* (TVE, 2012-2014), *Gran Hotel* (Antena 3, 2011-2013), *Velvet* (2014-2016) o *El Tiempo entre costuras* (Antena 3, 2013-2014), entre muchas otras.

Además, los creadores<sup>1</sup> de estos productos audiovisuales están cobrando mayor importancia, convirtiéndose en referentes de la industria. Productores ejecutivos como Daniel Écija, creador de, entre muchas otras, *Médico de familia* (Telecinco, 1995-1999), *Los Serrano* (Telecinco, 2003-2008) y *Águila Roja* (TVE, 2009-actualidad), comienzan a ser reconocidos por los espectadores, algo que sólo sucedía con los directores de cine y grandes figuras televisivas

---

<sup>1</sup> En la industria anglosajona se conoce a esta figura como *showrunner*. Es la persona más importante del proyecto, encargada de definir todo lo referente al mismo, como tramas, personajes, etc. En España no existía esta figura, pero actualmente comienzan a aparecer productores y creadores que ejercen como tal.

norteamericanas como J. J. Abrams –creador de *Lost*, *Fringe* (Fox, 2008-2013) y otras muchas más–. En España, el ejemplo más claro de *showrunner* en la actualidad es el de Javier Olivares, creador de ficciones como *Isabel*, *Víctor Ros* (TVE, 2015-2016) y *El Ministerio del Tiempo*. Ésta última, desarrollada junto con su hermano Pablo Olivares, es la que le ha dado mayor reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional.

Estos ejemplos muestran la importancia que poco a poco está consiguiendo obtener la ficción española entre sus propios seguidores, algo que no ha sido nada sencillo. Además, aunque aún no están al nivel de producciones extranjeras como las inglesas o las norteamericanas, en términos cualitativos el resultado final de los productos ha aumentando significativamente. Todo está mucho más cuidado y trabajado pese a las más que obvias diferencias de presupuesto existente entre la ficción española y la extranjera.

El éxito de estas ficciones se debe, en gran medida, a que han sabido atraer a un público exigente cansado de productos televisivos que no tenían más objetivo que entretener, con una calidad técnica y artística menor. El espectador actual busca y necesita algo más. Las series de televisión no sólo deben entretener, sino que han de ser capaces de trasladar a los espectadores a otros mundos y mantenerlos activos, algo absolutamente esencial en la actualidad.

Mantener activos a los espectadores es primordial. El espectador pasivo está cerca de desaparecer en detrimento de una generación considerada nativa digital. Una generación acostumbrada a interactuar con diferentes medios y soportes a un mismo tiempo, y que no permanece estática mucho tiempo delante de cada uno de ellos.

Como consecuencia, la televisión ha tenido que actualizarse, generando contenidos para diferentes medios. Y es aquí donde aparece la narrativa transmedia –NT–, una técnica narrativa que consiste en contar historias a través de diferentes medios, aprovechando todas las posibilidades que actualmente ofrecen las nuevas formas y soportes de comunicación. De esta

manera se pueden abarcar historias más amplias de lo que permiten los relatos monomediáticos, lo que a su vez da la posibilidad de llegar a un público más amplio. Un público que, como se viene diciendo, es mucho más activo y, en ocasiones, capaz de generar sus propios contenidos. La NT no podría existir sin ellos, pues son quienes navegan a través de los medios para conocer las diferentes historias, ejerciendo como prescriptores de sus mundos narrativos favoritos.

El término NT ha cobrado mucha importancia en los últimos tiempos, incrementándose la cifra de investigaciones académicas acerca del tema, así como el número de producciones audiovisuales que lo emplean. Es una técnica narrativa de pasado, presente y, sobre todo, de futuro. Grandes productoras como Disney la han utilizado para contar sus historias desde siempre, pero cada vez con más fuerza. La ampliación que están llevando a cabo del mundo narrativo de *Star Wars* (Lucasfilms, 1977-2012 y Disney, 2012-actualidad) es el mejor ejemplo, donde cine, televisión, videojuegos, novelas, cómics, etcétera, han generado un inmenso mundo trabajando de forma conjunta.

La convergencia de medios que se ha estado produciendo durante los últimos años, con grandes grupos de comunicación que trabajan con gran variedad de medios, ha hecho que la NT se encuentre con un camino mucho más limpio y accesible, pues las audiencias están acostumbradas a lidiar con distintos medios, soportes y plataformas. No obstante, esta forma de narrar historias cuenta con unas características propias que hacen posible su buen funcionamiento, las cuales serán detalladas a lo largo de esta tesis doctoral.

## **2. JUSTIFICACIÓN Y OBJETO DE ESTUDIO**

Desde que Jenkins (2003) pusiese de relieve la importancia del término, se han generado una gran cantidad de publicaciones académicas que versan acerca de la NT, llegando todas ellas a una conclusión común en su definición. En la mayoría de los casos se contempla la NT como algo general, donde prácticamente todo lo referente a un proyecto tiene cabida. No obstante, se hace necesaria una delimitación del término, descubriendo hasta dónde llega y de qué elementos se compone realmente. De esta forma se podrá diferenciar de otros tipos de comunicación transmedia –publicidad, periodismo, etcétera– que, en muchos casos, formarán parte del mismo proyecto transmediático, uno que abarque varios tipos de comunicación. Por ello, llamar a todo NT no parece ser lo correcto, sino que se deber ser más preciso para no llevar a equívocos y saber en todo momento a qué tipo de comunicación se refiere cada caso.

Los estudios que se han realizado hasta la fecha han sentado de forma muy elocuente las bases de esta técnica narrativa, pero es primordial indagar un poco más en ella para poder conocer mejor su funcionamiento. La presente tesis doctoral pretende aclarar el significado de la NT, creando una organización de los contenidos e identificando cuáles de estos pertenecen a ella, pues como ya se ha dicho, no todos lo hacen.

El estudio se centra únicamente en la ficción española, ya que existen muchas investigaciones sobre producciones extranjera, tanto en España como en el resto del mundo, y conocer el producto patrio es algo fundamental, así como aumentar la producción científica sobre el mismo. A día de hoy, España está viviendo uno de sus mejores momentos en cuanto a la calidad de las ficciones se refiere, con proyectos reconocidos más allá de sus fronteras, algo que debe ser tratado de forma rigurosa y original desde el mundo académico.

Para ello, tras una profunda revisión bibliográfica sobre la materia, se ha recurrido al estudio de caso de la serie de ficción española EMDT. ¿Por qué ésta y no otra? Esta ficción reúne los requisitos necesarios para poder llevar a cabo la



investigación, ya que se trata de una serie de televisión que nace con una clara vocación transmediática. Cuenta con gran cantidad de elementos cuyo análisis ayuda a comprender cómo funcionan estos proyectos y cómo se componen. El resto de ficciones españolas contemporáneas que han sido emitidas en el mismo tiempo que EMDT no cuentan con un proyecto transmedia definido, por lo que su análisis en esta investigación resultaba poco adecuado.

Otras ficciones nacionales con contenido transmedia, como *Les tres bessones* (TV3, 1995-2003), *Amar en tiempo revueltos* (TVE, 2005-2012), *Serrallonga* (TV3, 2008), *Infidels* (TV3, 2009-2011) *El Barco* (Antena 3, 2011-2013), *Polseres vermelles* (TV3, 2012-2013) y *Águila Roja*, que utilizan esta técnica narrativa, han sido analizadas por autores como Scolari, Jiménez y Guerrero Pico (2012a), Piñeiro Otero y Costa Sánchez (2013), Rodríguez Ferrándiz, Ortiz Gordo y Sáez Núñez (2014) y Tur Viñes y Rodríguez Ferrándiz (2014).

Por su lado, EMDT es un fenómeno televisivo que también ha calado hondo en el mundo académico. Actualmente se están publicando gran cantidad de artículos científicos que analizan la ficción desde diferentes puntos de vista, como los trabajos de Cascajosa (2015 y 2016), Rodríguez Terceño, Barquero cabrero y Alonso Mosquera (2015), Rodríguez Fidalgo y Paíno Ambrosio (2015), Rodríguez Mansilla (2015), Rodríguez Mateos y Hernández Pérez (2015), Godino Cueto et al. (2016), Miranda Galbe y Figuero Espadas (2016) y Olivares, Olivares y Schaaff (2016).

Los argumentos anteriormente expuestos hacen ver la importancia de esta ficción más allá de su propósito televisivo, sentando las bases de una nueva forma de hacer televisión mediante la creación de contenidos afines a la serie en diferentes medios, usando diferentes posibilidades técnicas y narrativas. No obstante, no existe hasta la fecha ninguna investigación que haya profundizado tanto en la NT de esta serie como la presente tesis doctoral, especialmente en la tercera parte de este trabajo.

El fenómeno social generado por EMDT ha de ser observado y analizado con detenimiento. Nunca antes en España un producto televisivo había generado tanto movimiento a su alrededor, a través, principalmente, de las redes sociales y demás herramientas ofrecidas por la Web 2.0. La razón de ello es, en gran medida, consecuencia de la utilización de la NT como modo de acercarse a un público mucho más numeroso que se moviliza para conocer más sobre la historia de la ficción.

Esta tesis doctoral, por lo tanto, presentará una revisión teórica de los aspectos fundamentales de la NT, proponiendo nuevas interpretaciones sobre la misma, así como un nuevo modelo metodológico para, desde un punto de vista narratológico, analizar este tipo de proyectos de ficción de una forma más adecuada.

Por ello se analizará el contenido oficial –canónico– transmedia de EMDT de una forma mucho más profunda, intentando arrojar algo de luz a este fenómeno y observando la utilidad real de la NT en proyectos de este tipo. Es preciso conocer si se trata de un modo de generar más ingresos, o si realmente es una nueva forma de contar historias que permite a los creadores y a los usuarios explorar de forma mucho más incisiva los diferentes mundos narrativos. Para ello se determinarán una serie de objetivos principales y específicos, que aclararán varios aspectos referentes a esta técnica narrativa que poco a poco se está afianzando en nuestras vidas.

### **3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS**

Esta investigación presenta una serie de objetivos generales y específicos. Los objetivos generales van encaminados a comprender mejor lo que es y lo que significa la NT, para así poder definirla correctamente y conocer sus usos. Los objetivos específicos, por su lado, son objetivos dirigidos específicamente hacia la ficción EMDT. A su vez, estos últimos ayudarán a mejorar el conocimiento general acerca de las funciones y utilidades de ese recurso narrativo.

Para poder llegar a cumplir estos objetivos, se recurrirá al análisis del corpus teórico existente sobre el tema, obteniendo algunas conclusiones acerca del mismo y proponiendo algunos aspectos relevantes. Con el posterior estudio de los contenidos generados para el proyecto transmedia de EMDT se espera confirmar la teoría, así como obtener una serie de conclusiones específicas de esta ficción.

#### **3.1. OBJETIVOS GENERALES**

O1) Definir la narrativa transmedia para, entre otras cosas, exponer que los proyectos transmedia deben serlo desde el principio.

Pese a que todos los autores coinciden en mayor o menor medida acerca de la definición de la NT, existe cierta tendencia a considerar como elementos propios de esta técnica narrativa a algunos que en un principio no deberían serlo, como es el caso de la adaptación. Por ello hay que delimitar qué contenidos pertenecen a ella y cuáles no. Además, hay que cerciorarse de que realmente un proyecto de estas características ha de serlo desde el principio, no dejando al azar nada que pueda enturbiar tanto el proceso creativo como el resultado final.

O2) Diferenciar los contenidos que son NT de los que no, estableciendo cuál es el universo transmedia y cómo está organizado.

Partiendo del primer objetivo, este segundo pretende determinar qué tipos de contenidos pueden formar parte de la NT. Se trata de un recurso narrativo que ha de seguir sus propias normas, y los contenidos deben cumplir una serie de características específicas. Por lo tanto, se espera demostrar que no todos los productos referentes a un tema en concreto tienen por qué formar parte de la NT, ya que no todos cuentan con el mismo objetivo comunicativo.

Al mismo tiempo, se propondrá una organización de los proyectos transmedia que sirva para identificar los elementos y mundos narrativos que lo forman, prestando mayor atención a la parte de ficción. Se establecerá una categorización de los contenidos que vaya más allá de lo realizado hasta ahora, dotando a la teoría existente sobre la NT de mayor complejidad y comprensión.

O3) Analizar el panorama de la NT en la ficción televisiva española para así justificar su utilidad como recurso narrativo en las series de ficción nacionales tanto en el presente como en el futuro.

Con este objetivo se aspira a constatar que la NT puede ser, y es, un recurso narrativo útil y versátil a la hora de contar historias de ficción, ya que es una técnica que aún no se ha implantado completamente en el panorama televisivo nacional. Mediante el análisis de la ficción EMDT se espera poder afirmar que esta técnica narrativa es capaz de generar inmensos mundos narrativos que cumplan las expectativas de todo tipo de espectadores y fans, así como las expectativas de cadenas de televisión y productoras.

O4) Demostrar la importante contribución de la Web 2.0 a la NT de la ficción para televisión, corroborando que es una herramienta esencial para la creación de este tipo de proyectos que abarcan diferentes medios. Para ello se deberán identificar las herramientas de la Web 2.0 que más pueden aportar a esta técnica narrativa en las series de ficción.

Es probable que el auge de los nuevos medios y plataformas no hubiese sido tan acentuado sin la irrupción de la Web 2.0, que pone al alcance de todo aquel

que tenga conexión a Internet la mayor parte de los contenidos existentes, así como la interactividad que permite entre los usuarios. Por ello hay que identificar qué elementos o herramientas pueden ser, o son, de utilidad para la creación de los mundos transmediales.

La Web 2.0 cuenta con gran cantidad de recursos que pueden ser empleados en cualquier proyecto transmedia, y la ficción puede verse enormemente enriquecida si estas herramientas son utilizadas de una forma correcta. Con este objetivo se esperan determinar cuáles son estas herramientas o de qué modo deben ser empleadas para poder aportar nuevos significados a las historias.

### **3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- a) Observar la evolución del proyecto transmedia de la primera a la segunda temporada de EMDT.

Con el análisis de esta ficción, se espera poder observar si existe un avance y crecimiento del mundo narrativo con la aparición de nuevas expansiones transmediáticas en las diferentes temporadas de la serie.

- b) Determinar las estrategias empleadas para la creación del universo transmedia de EMDT.

Este objetivo, relacionado con el anterior, pretende hacer visibles las posibles nuevas técnicas utilizadas para la expansión narrativa del mundo de ficción, si es que realmente lo hace.

- c) Comprobar las técnicas utilizadas de expansión narrativa.

Tras analizar todos los contenidos de EMDT, se podrán determinar qué técnicas son las más empleadas para la expansión narrativa de su mundo de ficción.

- d) Evidenciar si se usan técnicas narrativas diferentes de una temporada a otra.

Con este objetivo se pretende observar si existen diferencias a la hora de expandir el mundo de ficción de una temporada a otra en EMDT. De esta forma se podrá comprender si existe una evolución en el desarrollo de la NT o si se estanca.

- e) Constituir el universo transmedia de EMDT, distinguiendo los contenidos pertenecientes a cada mundo narrativo y establecer el medio estrella de cada uno de ellos.

Siguiendo la estela del segundo objetivo general, se espera poder establecer cuál es el universo transmedia de esta serie de televisión a través del análisis de sus contenidos. Con ello se espera corroborar si realmente existe una clara diferenciación de los mismos, poniendo a prueba la organización propuesta en el marco teórico.

- f) Detectar el impacto de los diferentes tipos de comunicación dentro del universo transmedia de EMDT.

Una vez llevada a cabo la organización de los contenidos de EMDT dentro del vasto universo transmedia, se pretende detectar qué influencia, en cuanto a número de contenidos, tiene cada uno de los diferentes mundos narrativos en el mismo.

- g) Conocer cuáles son las tipologías textuales empleadas en EMDT.

Un dato importante es comprobar cuáles son las tipologías textuales que más se utilizan para llevar a cabo el universo transmedia de EMDT, haciendo mayor énfasis en su mundo de ficción.

### 3.3. HIPÓTESIS DE TRABAJO

La presente investigación, titulada “Configuración de proyectos transmedia para ficción televisiva en España: el caso de *‘El Ministerio del Tiempo’*”, pretende hacer ver de una manera más profunda algunos aspectos de la NT, diferenciándola de otros tipos de comunicación transmedia existentes y que se determinarán a lo largo de este trabajo. Para ello, se ha partido de las siguientes hipótesis:

H1) Un proyecto transmedia se compone de diferentes mundos narrativos, entre los que se incluye la NT, que se formarán dependiendo del tipo de comunicación al que pertenezcan. Por lo tanto, la NT no engloba a todos los contenidos pertenecientes a un mismo tema, sino que sólo admite aquéllos que pertenezcan al campo de la ficción.

H2) La NT se basa en la expansión de la historia que se cuenta a través de diferentes medios, lo cuales siempre deben conseguir que ésta avance en una dirección u otra. De esta manera, aquellos contenidos que aporten nueva información y valor al relato pertenecerán a la NT, mientras que los que no cumplan esta premisa, no serán considerados parte de la misma.

H3) La NT es una nueva forma de contar historias a través de diferentes medios que surge a partir de la convergencia mediática y, por tanto, de las nuevas formas en que se consumen los productos audiovisuales. Se está afianzando poco a poco como un nuevo recurso narrativo en la ficción actual y, para ello, éstas deben apoyarse en diferentes plataformas, siendo la más importante de todas la Web 2.0 debido a sus características y a la capacidad de difusión con la que cuenta. Si una serie de televisión quiere crear una historia transmedia, la Web 2.0 deberá ser el pilar fundamental en el que sustentarse, aunque no por ello tiene que ser el único. Dependerá de la historia que se esté contando y de sus necesidades narrativas.

H4) Por otro lado, la Web 2.0 es el medio idóneo para que los fans puedan interactuar con la historia, incluso generando nuevos contenidos afines a la misma. De esta forma la ficción televisiva obtendrá una gran aportación de contenidos que ayudarán a la expansión de la historia en cuestión, tanto en la propia Web 2.0 como en otros medios, pero siempre haciendo que la historia crezca.

### **3.4. ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente investigación, se divide en cinco partes bien diferenciadas: a) marco teórico, b) metodología, c) análisis de contenido, d) conclusiones y e) anexos:

- a) En la primera de ellas se establecerá el marco teórico relativo a la NT, donde se considerarán las definiciones y teorías dadas por los principales autores. Así mismo se llevará a cabo una acotación del término, diferenciándolo de otros similares, proponiendo una nueva clasificación de este tipo de narrativas que haga más fácil su comprensión y organización. Se prestará especial atención a elementos como la adaptación y, sobre todo, a la expansión narrativa, la cual es considerada como la más importante característica de este tipo de proyectos. En esta primera parte, también se revisará el significado de la Web 2.0 para poder comprender qué puede aportar a la NT gracias a sus múltiples herramientas. Otro aspecto fundamental de esta primera parte son las actividades de los fans y prosumidores, comprendiendo su importancia y lo esenciales que son, ya que sin ellos la NT perdería toda su importancia. Y, por último, se indagará en la forma de desarrollar estos proyectos tan complejos conociendo cuáles son los aspectos fundamentales con los que han de contar para su correcto funcionamiento.
- b) En la segunda parte se mostrará la metodología original desarrollada para llevar a cabo la investigación, en la que se tendrán en cuenta



trabajos anteriores, pero que se basará en aspectos fundamentales obtenidos a partir del marco teórico. Es decir, aquellos puntos que han de darse en un conjunto de medios para que formen una NT.

- c) La tercera y última parte se centrará en el análisis de contenido de la ficción española para televisión '*El Ministerio del Tiempo*' –EMDT–, con la que se espera obtener unos resultados que aporten nueva información acerca de la NT. Este análisis también pondrá a prueba la validez o no de la clasificación de estos proyectos propuesta en el marco teórico.
- d) Por último, se presentarán una serie de conclusiones generales y específicas obtenidas a lo largo de la investigación.
- e) La última parte de esta tesis doctoral se compone de cuatro anexos donde se especifican y organizan todos los contenidos analizados durante la investigación.

Para la realización de este trabajo se ha seguido la normativa APA 6<sup>2</sup>, otorgando así uniformidad al texto. Así mismo, se han utilizado una serie de acrónimos para referirse a determinados conceptos que se repiten continuamente a lo largo de este trabajo que pueden ser consultados en el glosario situado en la página 7 de la presente tesis doctoral.

---

<sup>2</sup> Esta normativa puede ser consultada en el siguiente enlace:  
<https://www.um.es/documents/378246/2964900/Normas+APA+Sexta+Edici%C3%B3n.pdf/27f8511d-95b6-4096-8d3e-f8492f61c6dc>

# **PARTE I: MARCO TEÓRICO**

## 4. CONTEXTO

El sector de los medios de comunicación está sufriendo en la actualidad, y desde hace ya unos años, una serie de cambios que afectan a la manera de emitir, producir y, sobre todo, a la de consumir los contenidos. Los distintos medios se trabajan de manera conjunta para alcanzar una comunicación más eficaz y satisfactoria para los consumidores, los creadores y los emisores. El flujo de información traspasa las pantallas y los medios individuales otorgando a los elementos objeto de ser comunicados una capacidad mucho mayor de alcance y de significado.

Tal y como argumenta Scolari (2009a, p.55), “los medios tradicionales están sufriendo una transformación en una escala de forma y expresión que se puede resumir en el concepto de *convergencia*”, el cual surge gracias a los sucesivos y constantes avances tecnológicos (Long, 2007 y Dena, 2009), que “convierten el panorama mediático en un mercado altamente dinámico y cambiante” (Vivar Zurita y Vinader Segura, 2011, p.115). De esta forma, se puede decir que “por su propia dependencia de la tecnología, los medios de comunicación están abocados a una situación permanente de mutación” (Cascajosa Virino y Molina Cañabate, 2016, p. 120). Los grandes medios, especialmente la televisión, la radio y la prensa, buscan la forma de unirse, “de poner en relación sus estructuras y funciones y hacerlas compatibles para buscar nuevas soluciones a las nuevas necesidades detectadas por el hombre” (García García, 2006, p.4). El modelo clásico de los medios de masas basado en una comunicación vertical –uno-a-muchos–, se está viendo alterado por las nuevas formas de comunicación, con una participación mucho más activa por parte de los espectadores/usuarios, que propicia que la comunicación pase a un plano más horizontal –muchos-a-muchos– en el que todos los actores que participan ejercen gran influencia. Ya no sólo los grandes grupos mediáticos tienen la capacidad de generar contenidos, sino que los usuarios comienzan a crear los suyos propios. Este nuevo paradigma comunicativo propicia que las audiencias cambien rápidamente, que no se mantengan estables, sino que muten constantemente.

El ecosistema de la comunicación ha cambiado con la llegada de las nuevas especies mediáticas, los nuevos y los viejos medios conviven juntos (Piñeiro Otero y Costa Sánchez, 2012) provocando una contaminación intertextual entre ellos. La televisión no elimina ni borra lo que se ha hecho hasta ahora, sino que adapta lo existente a las nuevas configuraciones de los medios (Scolari, 2009a, 2009c). Se debe reinventar a la misma velocidad que suceden los cambios generacionales (Del Ama, Barceló Ugarte y Sánchez Martínez, 2011b y Bellón Sánchez, 2012) y de una industria en desarrollo (Del Pino y Aguado, 2012). Es decir, lo nuevo no tiene que apartar lo antiguo, sino adoptarlo y usar su conocimiento para enriquecerse y crear contenidos más atractivos. En ocasiones, tal y como manifiesta Llorca Abad (2015, p.96) es difícil establecer una “separación nítida entre *media* nuevos y viejos”, difuminándose las fronteras que existían entre ellos (Alonso, Broullón-Lozano y Lamuedra-Graván, 2016).

“La historia nos enseña que los viejos medios nunca mueren, y ni siquiera se desvanecen. Lo que muere son simplemente las herramientas que utilizamos para acceder al contenido de los medios” (Jenkins, 2008, p.24). Tecnologías como los *Compact Disc*<sup>3</sup> o las cintas de *VHS*<sup>4</sup> desaparecen en detrimento de otras más nuevas como el *MP3*<sup>5</sup> o el *Blue Ray*<sup>6</sup>. Sólo varía la forma de distribución de los contenidos. Estos mismos contenidos cambian con el tiempo, “pero una vez que un medio se establece satisfaciendo alguna exigencia humana fundamental, continúa funcionando dentro de un sistema más vasto de opciones comunicativas” (Jenkins, 2008, p.25).

Los nuevos medios están “obligando a las viejas especies –televisión, prensa, radio, etcétera– a adaptarse” (Scolari, 2008, p.2) y a convivir unas con otras

---

<sup>3</sup> Los *compact disc* son un tipo de disco compacto en el que se almacena audio en formato digital con una calidad superior a los formatos anteriores como el vinilo.

<sup>4</sup> Las cintas de *VHS* son un sistema doméstico sobre el que se puede grabar vídeo y audio. Cuenta con un carrete interno de media pulgada en el que se graban los contenidos.

<sup>5</sup> *MP3* es un formato digital de audio con pérdida, por lo que el tamaño del archivo resultante es menor. De esta manera se facilita el almacenamiento de gran cantidad de material sonoro en aquellos soportes capaces de interpretar estos archivos.

<sup>6</sup> *Blue Ray* es un formato de disco óptico con gran capacidad de almacenamiento, lo que permite que los contenidos almacenados en ellos sean de alta definición –HD–, tanto de vídeo como de audio.

(Piñeiro Otero y Costa Sánchez, 2013). Sierra Sánchez (2007, p.21) argumenta que “se ha impuesto la necesidad de buscar nuevos y mejores medios para llegar al receptor”. Incluso, tal y como expone Jenkins (2003), algunos de los nuevos medios aumentan el uso de los viejos, ya que se encuentran inmersos en ellos. Los nuevos modernizan los viejos, manteniendo la esencia de lo antiguo y creando una sensación de multiplicidad o hipermediación (Bolter y Grusin, 2010). Unos y otros pueden coexistir con total normalidad, haciéndose incluso más fuertes retroalimentándose entre ellos para así aprovechar las fortalezas de cada uno y minimizar las debilidades que puedan presentar. Únicamente se ve afectada la experiencia de los espectadores/usuarios y el cambio causado por los nuevos hábitos de consumo debido al “avance de una estética hipertelevisiva” (Scolari, 2009a, p.243), que gracias al éxito cosechado por plataformas audiovisuales como *Youtube* y la dispersión de las audiencias, “marcan el territorio de las nuevas experiencias de consumo televisivo” (Scolari, 2009a, p.243). De esta forma, el verdadero cambio en el contexto actual, lo nuevo, es la forma en que experimentamos los medios (Roig, 2009), no los medios en sí mismos.

Scolari (2008, p.7) afirma que “se perfila un nuevo tipo de consumo televisivo caracterizado por una recepción fragmentada, ubicua y asincrónica”, cosa que prácticamente se puede decir que ya se está viviendo en el actual ecosistema mediático. No obstante, “la televisión tradicional –la del *broadcasting*<sup>7</sup>– no desaparece, pero deja de ser la única forma de consumir contenidos audiovisuales” (Scolari, 2013a, p.221). Los espectadores ya no se sientan delante del televisor de forma pasiva y se dedican a interpretar la información que reciben, sino que se convierten en una audiencia activa que busca información, comenta sus inquietudes y, hasta en algunas ocasiones, crea nuevas historias de sus productos televisivos favoritos. Es una audiencia “que se mueve ágilmente en una red de documentos interconectados” (Scolari, 2009a, p.246). Esto se debe a que el soporte digital ha facilitado la creación y difusión de nuevos

---

<sup>7</sup> Radiodifusión en castellano. Se refiere a la emisión de señales radiofónicas y televisivas que pueden ser recibidas por un público muy amplio.

contenidos elevando la importancia del espectador en el proceso creativo y productivo (Roig, 2009 y Sedeño, 2013).

Entre otros investigadores y profesionales de la comunicación, Peris Blanes (2015), Vaca Berdayes (2015) y Vilches (2013) opinan que la televisión mantiene, dentro de la convergencia de medios, un carácter mediático central. Esto parece ser así, pero por otro lado, es un hecho que este medio pierde parte de esa centralidad en beneficio de las múltiples pantallas con las que se cuenta actualmente. Por esta razón, “tanto las cadenas como las productoras buscan incansablemente nuevas vías de explotación comercial para sus series” (Diego, 2010, p.168) y para el resto de contenidos. Se está empezando a vislumbrar el valor que aporta extrapolar sus contenidos más allá de la televisión, buscado nuevos medios para la emisión “donde pueden informar bajo fórmulas alternativas y complementarias o bien habilitar espacios donde el espectador se exprese” (Tur Viñes y Rodríguez Ferrándiz, 2014, p.120). De esta forma, la audiencia tiene la posibilidad de aumentar su experiencia televisiva gracias a los nuevos medios, que ofrecen la posibilidad de completar o desarrollar de mejor manera los contenidos al dispersarse a través de otros canales.

“Las nuevas generaciones tienden a ver cosas diferentes, en diferentes medios y con diferentes modalidades de consumo (en vivo, *streaming*<sup>8</sup>, descargas, etcétera). [...] la segunda pantalla del dispositivo portátil complementa y expande lo visto en la primera pantalla televisiva” (Scolari, 2013, p.221). Es decir, ya no se ve la televisión como se solía hacer tradicionalmente, sino que existe una gran variedad de posibilidades de acceder al contenido, ya sea en tiempo –en directo o en diferido–, lugar, o dispositivo –televisión, ordenador, *smartphone*<sup>9</sup>, etcétera–. La televisión y las nuevas formas narrativas de la misma se ven obligadas a converger con otros medios para mitigar la huida de

---

<sup>8</sup> El *streaming* es una tecnología que permite la visualización de contenidos mientras se están descargando. Tiene gran utilidad para las cadenas de televisión y emisoras de radio, pues permite que sus espectadores consuman los contenidos en directo a través de Internet.

<sup>9</sup> Conocido también como teléfono inteligente. Por lo general son de reducido tamaño y de carácter personal, permitiendo una gran conectividad que posibilita el acceso en cualquier momento y lugar a redes sociales y páginas web, siempre que haya conexión a Internet (Organista-Sandoval, McAnally Salas y Lavigne, 2013).

públicos hacia otras pantallas (Vilches, 2013). Esta nueva televisión que involucra al espectador con otros medios además del citado, se conoce como televisión social (Vila Fumás, Barceló Ugarte y Fuentes Cortina, 2015) o Televisión 2.0. Esta forma de concebir la televisión provoca una comunicación horizontal –proceso en el que todos los actores involucrados están al mismo nivel comunicacional– frente a la comunicación vertical –proceso en el que la comunicación se transmite de forma jerárquica, no todos los actores están igual de involucrados– que se daba anteriormente (Vila Fumás, Barceló Ugarte, y Fuentes Cortina, 2015).

Según datos de la consultora audiovisual Barlovento Comunicación (2016a), en el año 2015 el consumo televisivo por persona y día fue de 234 minutos en la televisión lineal –televisión tradicional–, siendo superado por el consumo en diferido a través de diferentes pantallas, que fue de 237 minutos por persona y día. Esto indica que la tendencia, en cuanto a consumo televisivo se refiere, se dirige hacia el aumento del vídeo online a través de plataformas como *Youtube* o *Facebook*. (Del Ama, López Vidales, Román e Irisarri, 2011a y Arranz Esteban, 2011). Todo esto hace muy complicado aplicar las formas tradicionales de producción de contenidos televisivos. Tal y como muestra Scolari (2013a, p.221):

“No es lo mismo producir para una gran audiencia fiel que religiosamente espera frente al televisor que comience su programa favorito, que crear contenidos para un conjunto fragmentado, mutante y disperso de consumidores. [...] los modelos de negocio tradicionales –basados en la venta de espacios publicitarios en función del perfil de los televidentes– se vuelven cada vez más difíciles de aplicar”.

Por otro lado, como ya se ha dicho, en algunas ocasiones los viejos y nuevos medios se pueden complementar a la perfección, consiguiendo por ejemplo que un programa o serie de televisión aglutine en un mismo tiempo a un gran número de espectadores. Esto es debido a que actualmente prima la inmediatez, ser el primero en conocer, comentar y compartir todo aquello que sucede a través de las redes sociales y demás plataformas de la Web 2.0, que es

actualmente el “gran medio hipermediatizador del ecosistema digital” (Scolari, 2009a, p.107), donde se prima la participación de todos los actores involucrados en el proceso de comunicación desde el emisor hasta el receptor, propiciando así una comunicación horizontal que beneficia a todo el conjunto.

Es posible que lo que parecía que se iba a perder por culpa de los nuevos medios –grandes audiencias para un mismo programa– pueda ser evitado, precisamente, por los mismos medios que iban a acabar con esta tendencia, ya que entre ellos se apoyan y convergen en una comunicación mucho más global y efectiva<sup>10</sup>. Esto indica que la producción de contenidos audiovisuales debe crear nuevas formas narrativas que combinen tanto los antiguos como los más modernos modelos de difusión.

“El sistema de medios y sus interfaces conforma una red sociotécnica muy parecida a un hipertexto. En determinados momentos algunos nodos de esa red se activan y comienzan a relacionarse con otros dando lugar a nuevas configuraciones. La aparición de nuevas especies (nodos), además, modifica la ecología del conjunto, ya sea causando la adaptación de algunos elementos o la aparición de híbridos que combinan lo viejo con lo nuevo” (Scolari, 2008, p.4).

No obstante, “aunque el auge de las nuevas tecnologías y la multiplicación de las ventanas es un hecho, la televisión sigue portando la corona como pantalla principal del usuario” (Barlovento Comunicación, 2016a, p.6). Esto hace pensar que aún tiene que pasar mucho tiempo antes de que la televisión pierda su posición central, si es que esto sucede en algún momento.

Queda claro, como se ha visto, que el consumo en diferido ha superado al consumo tradicional o lineal en tres minutos. Esto es debido en gran parte al uso de la Web –accediendo a ella a través de diferentes soportes y segundas pantallas– como medio para apoyar y aumentar los contenidos audiovisuales de las cadenas de televisión. “Internet ha contribuido a democratizar el universo audiovisual tanto en los aspectos de recepción como en la producción” (Rubira

---

<sup>10</sup> Para que esto suceda, es necesario que cambien los métodos de medición de audiencias, teniendo en cuenta no solo las televisivas, sino las que se dan a través de otras pantallas, ya sea en directo o en diferido.



García, 2012, p.246), por lo que modifica los patrones de consumo mediático actual y se contamina con otros medios creando redes intertextuales permanentes (Scolari, 2009a y 2013a). Es el actor principal de la convergencia de medios gracias a que “ha impuesto su modelo de accesibilidad” (del Ama et al., 2011a, p.74). Se trata del gran medio de medios, en el que tienen cabida todas las formas de comunicación existentes, ya sea vídeo, texto, imagen fija, audio, etcétera. “Internet no sólo reestructura profundamente los medios clásicos, cómo en el caso de la digitalización del proceso productivo audiovisual, sino que además es el motor de un nuevo sector industrial” (Vivar Zurita, 2010, p.63). Por lo tanto, la televisión queda “irremediabilmente vinculada a internet” (Arranz Esteban, 2011, p.205) y viceversa. Es un medio que produce “una posibilidad de progreso, de entendimiento, pero también de nuevas situaciones comunicativas” (García García, 2006, p.6).

La Web tradicional, conocida como Web 1.0, comenzó siendo un simple contenedor de elementos multimedia en la que sólo se podía acceder a los mismos sin tener ninguna capacidad de acción sobre ellos. Pero más adelante se empezó a considerar como una plataforma mucho más dinámica que hasta entonces. Un lugar donde podría existir una reciprocidad entre los contenidos y los usuarios fomentando la participación. Esta evolución dio lugar a la Web 2.0, término que introdujo Dinucci<sup>11</sup> en 1999 y que se popularizó gracias a Tim O'Really en la primera *Web 2.0 Conference* de San Francisco. “La web 2.0 abandonaría la estaticidad de la vieja web y propondría una práctica más avanzada que el clásico *surfing* de páginas” (Scolari, 2009a, p.194). Es una plataforma capaz de interconectar cualquier cosa que se encuentre en sus redes, facilitando el acceso a cualquier tipo de información y la creación de nuevas formas narrativas.

A su vez, la Web 2.0 ha dado lugar a nuevas plataformas comunicativas, entre las que destacan las redes sociales, donde millones de personas

---

<sup>11</sup> La primera vez que se hace referencia a la Web 2.0 es en el artículo publicado por Dary Dinucci titulado como ‘Fragmented Future’ en la revista ‘Print Magazine’. Este artículo puede ser consultado a través del siguiente enlace: [http://dareyd.com/fragmented\\_future.pdf](http://dareyd.com/fragmented_future.pdf).

interactúan entre ellas compartiendo información, debatiendo sobre diferentes temas, y otras tantas acciones que permiten estas plataformas. La televisión no podía quedarse a la zaga de estas nuevas formas de comunicación y las han implementado cambiando “su forma de pensar, producir y distribuir contenidos audiovisuales” (Crespo Sánchez, Cabezuelo Lorenzo y Viñarás Abad, 2012, p.205). Esto es así gracias a la capacidad de consumir contenidos televisivos y de internet de forma simultánea por parte de las audiencias actuales (Franquet, 2010), aunque todavía hay mucho camino por recorrer. La cantidad de posibilidades y vías que abren la Web 2.0 y las redes sociales a los contenidos de televisión tradicionales son infinitos. La forma de producir se ve afectada, ya que desde el inicio de la producción hay que contar con estos nuevos medios de una forma o de otra. En el terreno de la ficción, Mora (2014) opina que últimamente las series empiezan a ser concebidas como productos donde convergen los diferentes medios, ampliando las fronteras de la narración.

Debido a la gran cantidad de nuevos medios y plataformas que aparecen continuamente, las nuevas tecnologías “todavía no se han asentado ni en sus procesos productivos ni en las formas de uso y consumo, y el mismo hecho de nombrarlas genera variados problemas” (Scolari, 2009a, p.74). La rapidez con la que evolucionan los medios y plataformas de comunicación hacen complicado su estudio, ya que lo que hoy parece nuevo, mañana será viejo. Además, aparecen constantemente nuevas aplicaciones de estos medios que hacen posibles nuevos paradigmas comunicativos. Por esta razón, existen muchos términos similares que se refieren a diferentes aspectos de esta rama del conocimiento, que vienen a significar más o menos lo mismo y muchas veces es complicado diferenciar. Conceptos como multimedia, hipertelevisión, remediación, narrativa transmedia, cross-media, etcétera, se dibujan difuminados en el horizonte narrativo mediático y es conveniente diferenciarlos. Más adelante se llevará a cabo esta diferenciación y definición de los mismos<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Puede consultarse la definición de estos conceptos en la página 58 de este trabajo.

La convergencia mediática y el auge de la Televisión 2.0, plantean una clara diferenciación en las conductas de la audiencia. Hasta hace no mucho se podía distinguir con claridad a los lectores de libros, espectadores televisivos y cinematográficos y radioyentes (Scolari, 2013a). Todos ellos continúan existiendo, pero ahora, gracias a la convergencia de los medios y a plataformas como la Web 2.0, existe una línea muy fina entre unos y otros, ya que las audiencias/lectores van de un medio a otro de la misma forma que hacen los relatos.

La convergencia de medios es mucho más que una revolución digital (Jenkins, 2009a), “los lenguajes comienzan a interactuar entre sí y emergen espacios híbridos que pueden dar origen a nuevas formas de comunicación” (Scolari, 2009a, p. 104), como por ejemplo, la NT, que estructura las historias alrededor de un relato y no de un medio u otro. Esto supone “el ingreso de nuevos actores sociales, nuevos sistemas de producción y nuevos desafíos artísticos en el universo de la ficción narrativa” (Vilches, 2013, p.27). Esta forma de contar historias consigue, por ejemplo, que espectadores cinematográficos se acerquen a otros medios como el cómic, el libro, etcétera, enriqueciendo la visión del mundo narrativo, entendiendo por mundo narrativo al conjunto de contenidos de varios medios que giran en torno a un mismo tema con leyes físicas propias<sup>13</sup>.

La primera vez que se hace mención a esta técnica narrativa fue en 1991, por parte de la investigadora Marsha Kinder en su libro *Playing with Power in Movies, Television and Video Games* (Montoya, Vásques Arias y Salinas Arobleda, 2013). El término NT viene del inglés *transmedia storytelling* y fue popularizado por Henry Jenkins en el año 2003, en un artículo publicado en la revista *Technology Review*. En él aseguraba que “hemos entrado en una era de convergencia de medios que hace que el flujo de contenidos a través de

---

<sup>13</sup> “Física es un término que proviene del griego *physis* que significa realidad o naturaleza” (Sáez de Adana, 2015, p.241). Por lo tanto, las leyes físicas se podrían definir como una serie de normas que hacen posibles los mundos narrativos. Por lo tanto deben ser respetadas y tratadas de la misma forma en todos los relatos de un mismo mundo narrativo.

múltiples medios sea inevitable<sup>14</sup>". Por lo tanto se trata de una nueva forma de contar historias a través de diferentes medios, expandiendo los mundos narrativos. Cada medio que cuente parte de una historia transmedia lo hará siguiendo tanto sus propias características narrativas como técnicas. Es esencial conocer las posibilidades de cada medio para así poder "articular un discurso que se expande, pretendiendo optimizar las posibilidades de cada plataforma" (Costa Sánchez y Piñeiro Otero, 2013, p.19). Cada medio hace lo que se le da mejor (Jenkins, 2003, 2008).

Esta realidad es fruto de la convergencia mediática que se está viviendo desde hace unos años, en la que los consumidores no están pendientes de un solo medio, sino de varios "simultáneamente y en sus propios tiempos, aunque la vinculación es permanente, no tiene límites de espacio y tiempo" (R. Domínguez Cáceres, comunicación personal, 6 de septiembre de 2016). Poco a poco los espectadores piden más contenidos que versen sobre sus series, películas y libros favoritos. "Los niños que han crecido consumiendo y disfrutando *Pokemon* a través de diferentes medios van a esperar el mismo tipo de experiencia en *El Ala Oeste de la Casa Blanca* cuando crezcan<sup>15</sup>" (Jenkins, 2003). Parece lógico pensar que si un espectador/usuario se ha acostumbrado a trabajar con diferentes pantallas y diferentes historias de un mismo mundo narrativo, espere lo mismo del resto de relatos de su interés, y esta tendencia narrativa se alargue en el tiempo gracias a esta audiencia que ha crecido rodeada de pantallas, formada por los conocidos como *Millennials*<sup>16</sup> (Long, 2007).

Internet ya forma parte, sin ninguna duda, de la televisión de nuestros días. Ésta es inconcebible sin el gran medio de medios, que la apoya en la difusión de

---

<sup>14</sup> Traducción propia del original de Jenkins (2003): "We have entered an era of media convergence that makes the flow of content across multiple media channels almost inevitable".

<sup>15</sup> Traducción propia del original de Jenkins (2003): "The kids who have grown up consuming and enjoying *Pokemon* across media are going to expect this same kind of experience from *The West Wing* as they get older".

<sup>16</sup> Los *Millennials* son aquellas personas que se hicieron adultas durante el cambio de milenio, y que han vivido en una época de prosperidad durante ese período. Dominan las nuevas tecnologías y les dan un gran uso, utilizando múltiples pantallas y dispositivos a la vez. Así mismo son asiduos participantes de redes sociales y aplicaciones en todo tipo de dispositivos. Información obtenida en <http://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/#gs.PmOF6Sc>.

contenidos y a la hora de narrar historias. Los modelos de producción y distribución se ven irremediamente trastocados (Guerrero, 2010 y Rodríguez Arias y Mena Muñoz, 2013) por esta hibridación de medios, por lo que productoras y cadenas deben amoldarse a los nuevos tiempos: los tiempos de la televisión social, o Televisión 2.0, y de la narrativa transmedia.

Pese a llevar ya varios años en boca de productores audiovisuales y académicos, el término NT parece estar adquiriendo especial importancia en estos últimos tiempos. Las productoras y cadenas de televisión están empezando a tomarse en serio esta técnica narrativa y la están incorporando a sus canales de producción y distribución, desarrollando mundos narrativos mucho más interesantes e inmersivos que los que ofrecían los productos monomediáticos. Series de televisión como *Lost*, *Fringe* (Fox, 2008-2013) o *24* (Fox, 2001-2014) así lo atestiguan, “las industrias mediáticas ya no articulan un discurso puramente unidireccional” (Guerrero Pico, 2015, p.13-14). También el cine se ha sumado a esta nueva tendencia, como por ejemplo los universos narrativos de la saga *Star Wars*, trilogías como *The Matrix* (Warner Bros, 1997-2003) y *El Señor de los Anillos* (New Line Cinema, 2001-2003) y tantas otras franquicias hollywoodienses.

No se puede dejar de lado el producto nacional. En España también se están empezando a desarrollar los primeros proyectos transmediáticos, como las series de televisión *Águila Roja* o *El Ministerio del Tiempo*, que parecen marcar el ritmo transmedial en este país y que tanto éxito están cosechando.

En el mundo académico también se está desarrollando un interés especial por este nuevo fenómeno, y las publicaciones que versan sobre el mismo crecen cada año exponencialmente. Comenzó Jenkins (2003, 2008, 2009a, 2009b, 2010a y 2010b) estableciendo el concepto, pero tras él, muchos otros investigadores han seguido indagando en la materia. Destacan Dena (2009), que realizó la primera tesis doctoral sobre el tema, Long (2007) y Smith (2009) con sus tesis de maestría. Importantes aportaciones fueron las de otros autores

como Klastруп y Tosca (2004 y 2014) y las de Ryan (2005, 2013 y 2014), que iniciaron el camino de la narratología aplicada a la narrativa transmedia.

Pero, ante todo, destaca la labor de Scolari (2008, 2009a, 2009b, 2009c, 2010a y 2010b entre otros). Sobre todo conviene prestar especial atención a su libro *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan* (2013a), pues hasta ahora es la publicación que más ayuda al entendimiento de este proceso narrativo convergente.

Los académicos e investigadores españoles, por su parte, no se han quedado a la zaga en cuanto a producción científica se refiere. Destacan trabajos como los de Rodríguez Ferrándiz y su equipo (2013 y 2014), Costa Sánchez y Piñeiro Otero (2012 y 2013) o Guerreño Pico (2010, 2012, 2014 y 2015), así como tantos otros que serán citados y referenciados en el presente estudio.

Esta investigación pretende aclarar el concepto de narrativa transmedia en toda su amplitud, tanto de forma teórica como práctica, mediante el análisis de contenido oficial o canon –el generado por las cadenas de televisión y productoras– de la serie de ficción para televisión *El Ministerio del Tiempo*, emitida en La 1 de Televisión Española –TVE–. Con ello se espera poder delimitar el concepto de NT y aclarar qué contenidos forman parte de ella y cuáles no. De esta forma se podrá comprobar si realmente en España se está produciendo contenido acorde a los nuevos tiempos y exigencias de la audiencia.

Para ello se partirá de las investigaciones ya realizadas por otros autores que serán citados a lo largo de la investigación. Así mismo hay que tener en cuenta otros trabajos que pese a no haber sido citados directamente, sí que han aportado algo de luz a este complejo mundo de la televisión transmedia. Se trata de los autores Abellán Hernández y De Miguel Zamora (2015), Arnau (2016), Baltar Moreno y Valencia (2016), Cabrera (2013), Castelló Martínez, Del Pino Romero y Tur Viñes (2016), Lastra (2015), Leavenworth (2011), Llorca Abad (2010), Mateos (2013), Mena Muñoz (2015), Puebla Martínez, Gomes-Franco e

Silva y Carrillo Pascual (2015), Rejas (2013), Rodríguez Ferrándiz y Peñamarín (2014), Rodríguez Fidalgo y Molpeceres Arnáiz (2015), Rosendo Sánchez (2015b), Ryan (2005), y Úbeda (2015).

Tras el análisis bibliográfico se ha realizado una revisión teórica del concepto que marcará el camino a seguir para el análisis posterior y que espera poder aclarar tanto aspectos teóricos como prácticos del concepto y en su aplicación en la producción actual.

## 5. NARRATIVA TRANSMEDIA

Transmedia es una palabra que no puede aparecer sola, ya que tal y como expone Long (2007, p.32) “el término ‘transmedia’ debe ser considerado como un adjetivo, no como un sustantivo<sup>17</sup>”. Por lo tanto, es un adjetivo que califica al tipo de comunicación a la que se refiera y la dota de un significado mayor, definiendo “la forma que tiene el sustantivo que la acompaña” (Corona Rodríguez, 2015, p.43). Esto puede parecer algo lógico, pero ayuda mucho a la hora de diferenciar tanto los tipos de comunicación como los contenidos que se derivan de ellos, como se verá más adelante.

En 2003, Jenkins introdujo el término para hacer referencia a esas historias que crecían a través de diferentes medios y las hacían más interesantes y complejas. La NT surge a partir de la convergencia de medios, en la cual éstos se entrecruzan y se unen con un mismo fin: ya sea contar historias, dar información, vender productos o servicios, etcétera, de una forma mucho más eficaz. La NT aparece gracias a la convergencia de medios, pero a su vez, genera un proceso de convergencia narrativa (Long, 2007) en la que se permite que múltiples medios cuenten “diferentes historias que exploran un tema común<sup>18</sup>” (Giovagnoli, 2011, p.17).

El consumo audiovisual actual va más allá de una sola pantalla, por lo que hay que crear contenidos que se expandan por diferentes canales desde el origen (Vaca Berdayes y Bardají, 2011). La convergencia permite que los medios dejen de funcionar de forma autónoma y aúnen fuerzas por un bien común – generando historias más completas y complejas–, provocando la aparición de nuevas formas narrativas. Se puede decir que “la convergencia [mediática] es el caldo de cultivo donde nacen las narrativas transmedia” (Scolari, 2013a, p.63), y como dice Jenkins (2008, p.27), “implica un cambio tanto en el modo de producción como en el modo de consumo de los medios”. La convergencia

---

<sup>17</sup> Traducción propia del original de Long (2007, p.32): “The term ‘transmedia’ should be considered an adjective, not a noun”.

<sup>18</sup> Traducción propia del original de Giovagnoli (2011, p.17): “Different stories but all exploring a common theme”.



provoca que la relación que existía entre las diferentes tecnologías de la información, las industrias, los mercados, los géneros y el público se vean afectadas, ya que “altera la lógica con la que operan las industrias mediáticas y con las que procesan la información y el entretenimiento los consumidores de los medios” (Jenkins, 2008, p.26).

Siguiendo esta tendencia, Salaverría (2003 y 2008) propone –desde el punto de vista del periodismo, pero aplicable a cualquier tipo de comunicación– que la convergencia enlaza cuatro dimensiones distintas dentro del proceso comunicacional, las cuales afectan en mayor o menor medida a la NT. Estas dimensiones son: la empresarial, la tecnológica, la profesional y la comunicativa.

- a) La dimensión empresarial significa que las grandes empresas mediáticas deben establecer canales de comunicación interna para así potenciar las estrategias de comunicación. Es decir, para diseñar una estrategia eficaz de comunicación o narrativa, todos los medios implicados deben estar en contacto para desarrollarla convenientemente, sin fisuras. Todos los equipos que se encuentren inmersos en un proyecto que involucre diferentes canales tienen que estar siempre sincronizados (Franquet, 2010), aunque sean autónomos (Vilches, 2013).
- b) La dimensión tecnológica hace referencia a la gran “revolución instrumental que ha tenido lugar en los últimos años en los procesos de composición, producción y difusión” (Salaverría, 2003, p.33). La aparición de los nuevos medios hace que todos los procesos que se venían haciendo hasta hace no mucho se vean afectados, desde que se decide realizar un proyecto hasta su emisión o publicación.
- c) La dimensión profesional se ve afectada por las dos anteriores. Los profesionales de los medios de comunicación han tenido que adaptarse a los nuevos lenguajes audiovisuales y textuales debido a la aparición de los nuevos medios, y no sólo eso, también a las exigencias de los nuevos consumidores de sus contenidos.
- d) La dimensión comunicativa también se ha visto afectada debido a la convergencia de los medios. Las formas de comunicación evolucionan

rápidamente gracias a los nuevos medios y plataformas como Internet, que permiten combinar diferentes tipos de lenguajes en una misma comunicación.

Como no podía ser de otra forma, estas cuatro dimensiones afectan a la NT, principalmente la dimensión empresarial, la tecnológica y la comunicativa, desde los modelos de producción hasta la forma en que se cuentan las historias. En el caso de la comunicación transmedia en ficción televisiva, la dimensión profesional se debería aplicar a la figura del productor transmedia más que a las personas que creen cada una de las partes narrativas en cada medio individual. El productor es quien se encarga de que la historia tenga un sentido completo y evita que alguna de las historias se salga del camino establecido. Su perfil ha de ser multimedia, tiene que conocer las posibilidades de cada uno de los medios que vayan a ser usados en el mundo narrativo para sacar el mayor partido posible tanto a los mismos medios como a la historia.

Debido a la convergencia, la NT presenta un importante cambio a nivel cultural, ya que “se anima a los consumidores a buscar nueva información y establecer relaciones entre contenidos mediáticos dispersos” (Jenkins, 2008, p.15). Por lo tanto, esta técnica comunicativa no tiene que ver con los adelantos tecnológicos –aunque estos hacen que sea posible– sino con un proceso cultural (Jenkins, 2008 y Vilches, 2013). Lo importante de esta nueva forma de contar historias se puede resumir en estos aspectos: 1) la capacidad que brinda para crear relatos globales<sup>19</sup> apoyándose en varios medios; 2) los espectadores pasan a ser activos, buscando y completando la información que tienen a través de uno o más medios; 3) cada medio tiene su forma de contar las historias, y hay que aprovechar esta circunstancia.

---

<sup>19</sup> La NT ofrece la posibilidad de contar todo lo relativo a un mundo narrativo, algo que no se pueden permitir los relatos monomediáticos. Por esta razón, mediante la unión de los diferentes medios que forman parte de este mundo, se pueden obtener relatos globales, que abarquen todas las historias de un mundo narrativo.

## 5.1. DEFINICIÓN DE LA NARRATIVA TRANSMEDIA

Se trata de una técnica narrativa para contar historias de ficción<sup>20</sup> en la que varios medios se ven involucrados creando mayor riqueza y complejidad narrativa y aumentando la experiencia y la inmersión de los espectadores/usuarios que así lo deseen. Scolari (2013a, p.46) la define como “un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión”. En la misma dirección, Jenkins (2008, p. 101) se refiere a la NT como historias que “se desarrolla[n] a través de múltiples plataformas mediáticas, y cada nuevo texto<sup>21</sup> hace una contribución específica y valiosa a la totalidad”. Pratten (2011) también aporta una definición del término, pero con una diferencia; según este autor la NT “consiste en contar historias a través de múltiples medios y, preferiblemente, aunque esto no sucede siempre, con un grado de participación, interacción o colaboración por parte de la audiencia<sup>22</sup>” (Pratten, 2011, p.1). La mayoría de autores ve necesaria la participación de la audiencia para considerar un proyecto como transmedia. Realmente, ciñéndose a la traducción literal, en el momento en que una historia supera la barrera de ser contada en un solo medio y empieza a expandirse por otros, ya se podría considerar el proyecto como transmedia, sin participación de la audiencia. No obstante ésta hace que los proyectos adquieran mayor complejidad y se cree un público fiel. Guerrero Pico (2015, p.29) considera que es “necesario seguir manteniendo la participación de los fans en la expansión del mundo narrativo como componente clave en la idea de narrativa transmedia”.

---

<sup>20</sup> Como se verá más adelante existen distintos tipos de comunicación transmedia, por lo que se hace necesario diferenciarlos por sus características y técnicas propias. El término narrativa transmedia se usará única y exclusivamente para aquellas historias o relatos que sean de ficción.

<sup>21</sup> Cuando se hable de texto, textualidades o similares en este estudio, no refiere tan solo a los textos lingüísticos, sino a aquellos que están narrativamente estructurados, ya sea en forma de escritura, vídeo, audio, etc. Se incluye, por tanto, todo contenido capaz de contar o narrar una historia o parte de ella. Como aporta Scolari (2009b, p.591), “la narrativa es el dispositivo básico de creación para la producción de significado”, y puede estar representado en cualquier soporte. Es decir, se considera al “texto como espacio de discurso” (R. Domínguez Cáceres, entrevista personal, 6 de septiembre de 2016).

<sup>22</sup> Traducción propia del original de Pratten (2011, p.1): “Is telling a story across multiple media an preferably, although it doesn't always happen, with a degree of audience participation, interaction or collaboration”.

De esta manera, parece claro que aportar nueva información al mundo narrativo es la clave de la NT, ya que hace posible la expansión. Esta forma de contar historias crea mundos donde la historia siempre se expande a través de diferentes medios, “la redundancia destruye el interés de los fans” (Jenkins, 2008. P.101). Cada medio hace lo que se le da mejor (Jenkins, 2003, 2010 & Scolari, 2013a), aportando su experiencia narrativa y técnica. Dena (2009, p.93) también sigue esta corriente de pensamiento argumentando que “en los proyectos transmedia cada medio conserva su propia naturaleza<sup>23</sup>”. De esta forma cuentan con una mayor capacidad de expresar al máximo los mundos narrativos que cualquier historia de un proyecto que no lo sea. Tal y como expone Pratten (2011, p.3), “contamos historias a través de múltiples medios porque uno solo no satisface nuestra curiosidad en nuestro estilo de vida<sup>24</sup>”. No obstante, también hay quienes creen que la curiosidad no es la única razón para expandir las historias, sino que existen otras razones como “la desconfianza en los relatos homogéneos, la aparición de otras voces, la posibilidad de la manipulación tecnológica, etcétera” (R. Domínguez Cáceres, comunicación personal, 6 de septiembre de 2016). Por ello todas las partes narrativas de una ficción se dispersan a través de los diferentes medios para crear “una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada <sup>25</sup>” (Jenkins, 2010b, p.944).

Los mundos narrativos se dispersan a través de diferentes medios, pero cada uno de ellos tiene entidad propia, es independiente del resto. En eso todos los investigadores de la NT coinciden en el mismo punto; no es necesario consumir todos los medios para conocer cada historia individual, “cualquier producto dado es un punto de acceso a la franquicia como un todo” (Jenkins, 2008, p.101). La NT funciona en conjunto, “el todo vale más que la suma de las partes” (Jenkins, 2008, p.106), pero cada medio individualmente tiene vida propia y es perfectamente comprensible en sí mismo, “no hace falta haber leído la novela

---

<sup>23</sup> Traducción propia del original de Dena (2009, p.93): “In transmedia projects each distinct media retains its manifest nature”.

<sup>24</sup> Traducción propia del original de Pratten (2011, p.3): “We tell stories across multiple media because no single media satisfies our curiosity in our lifestyle”.

<sup>25</sup> Traducción propia del original de Jenkins (2010b, p.944): “A unified and coordinated entertainment experience”.

para disfrutar y entender la serie de televisión, la película o las novelas relacionadas” (Guerrero Pico, 2015, p.8). El conjunto de la historia, contada a través de diferentes medios crea mundos más grandes que una historia específica (Klastrup y Tosca, 2004). Por ello, la riqueza del producto final es infinitamente superior, otorgando a los espectadores que lo deseen una visión total del producto (Pratten, 2011).

Según Solari (2013a, p.31), “transmedia es interacción: la audiencia no solo quiere una relación intensa con la narradora [...] sino también que sus *inputs* tengan algún tipo de impacto narrativo”. Esto hace que los fans sigan y respeten las historias tal y como las idearon sus creadores, y no creen rupturas con la historia original –esto último es lo que se debería conseguir para que la NT sea perfecta–. Es decir, que se continúe expandiendo el mundo narrativo de manera fiel. Para que exista interactividad los usuarios deben poder aportar algo, negociar o cooperar con la narrativa de la serie, y para ello tanto la productora como la cadena de televisión tienen que desarrollar los canales necesarios con ese fin. A día de hoy esto parece muy complicado, ya que para que la interactividad sea real los espectadores han de poder modificar de alguna forma los contenidos, hecho que en ficción televisiva aún está lejos de ser posible.

La NT aporta, como argumentan Costa Sánchez y Piñeiro Otero (2012a y 2013), una inmersión de la audiencia mucho mayor que en un relato monomediático. “El hecho de plantear la participación en el mundo online y offline refuerza la implicación del usuario, lo que plantea también el riesgo de que verosimilitud y verdad se confundan” (Costa Sánchez y Piñeiro Otero, 2013, p.116). La NT genera una inmersión de los espectadores mucho mayor que un relato monomediático, debido a la cantidad de información recibida por parte de contenidos provenientes de diversos medios.

En la entrevista realizada por Solari (2013a) a Susana Pajares Tosca, ésta dice que las NT “aprovechan la gran carga emocional de algunos universos muy queridos por el público para crear experiencias muy cargadas de significado”

(Scolari, 2013a, p.55). Y da la clave de lo que significa crear un mundo narrativo transmediático:

“Los videojuegos situados en universos transmediales parecen tener más éxito cuando se apartan de la historia “canónica” (renuncian a contar la misma historia que la novela original, por ejemplo) y dan vida a nuevas historias/áreas geográficas que están relacionadas con la historia canónica [...]” (Scolari, 2013a, p.55).

Aunque hable de videojuegos –área en la que está especializada la entrevistada– esta definición es compatible con el principal objetivo de la NT: expandir y aportar nuevos conocimientos a un sistema narrativo que cada vez se vuelve más complejo y rico en matices. Para que en una NT funcione el relato, es aconsejable que el mundo narrativo actúe como marca, tal y como han hecho muchas producciones de Hollywood “a través de los personajes, los temas y el estilo estético del mundo diseñado” (Gifreu-Castells, 2015, p.88). Se crea una serie de valores alrededor de las historias propias de las marcas, que “aparecen como mundos posibles que constituyen complejos universos discursivos con una fuerte impronta narrativa” (Peris Blanes, 2015, p.113).

En la actualidad la televisión es un medio hipertextual –siempre que el espectador pueda ligar o ir de un contenido a otro del mismo mundo narrativo–, ya que su narrativa se forma a modo de hipertexto. Es decir, diferentes textos enlazados entre sí que llevan al espectador de un contenido a otro según su propio interés. “La hipertextualidad describe [...] las relaciones entre diferentes textos que hacen referencia al mismo mundo de ficción de alguna manera<sup>26</sup>” (Dena, 2009, p.110). Podría decirse que la NT forma parte –con sus características propias– de la mercancía hipertextual de la televisión actual. “La NT introduce transformaciones en las textualidades, lógicas de producción y en las prácticas de consumo cultural<sup>27</sup>” (Scolari, 2009b, p.590). Aprovecha las cualidades que concede la hipertelevisión para indagar más en los contenidos y

---

<sup>26</sup> Traducción propia del original de Dena (2009, p.110): “Hypertextuality describes [...] relations between literary texts that reference the same fictional world in some way”.

<sup>27</sup> Traducción propia del original de Scolari (2009b, p.590): “TS [transmedia storytelling] introduces deep transformations into textualities, production logics, and cultural consumption practices” (Scolari, 2009b, p.590).

aprovechar todas las opciones disponibles para la creación de historias más atrayentes para los espectadores. La forma de crear historias, producirlas y consumirlas cambia otorgando más posibilidades en cada uno de estos procesos. Tanto los creativos y productores como los consumidores se ven beneficiados con este tipo de producciones.

Para Jenkins, tal y como expone en la entrevista realizada por Scolari (2013a), lo importante a la hora de contar una historia con proyección transmediática, es que “exista una intertextualidad radical –o sea, que las diferentes partes estén conectadas entre sí de algún modo– lo cual tiene que ver con el concepto de multimodalidad y el hecho de ser diseñado para una cultura en red” (Scolari, 2013a, p.34). Por ello, aunque algunos autores como Long (2007) no lo consideran de esta forma, Internet y la Web 2.0 son esenciales para la NT, ya que sus contenidos son accesibles –o así debería ser en productos de ficción– para todo el mundo, y en sus redes todos los contenidos están interconectados. Éstos, por otra parte, han de ser de fácil acceso siempre.

Hay que resaltar que, en realidad, la comunicación transmedia no es algo nuevo, sino se lleva practicando desde hace siglos. Pero nunca había tomado tanta importancia como en el presente (Dena, 2009, Scolari, 2013a y Gifreu-Castells, 2015) gracias a la convergencia mediática y a la proliferación de formas digitales (Mitell, 2014), que la han hecho más visible para la audiencia. Muchas civilizaciones han utilizado esta forma de comunicación a lo largo de la historia para explicar sus creencias y cultura. Utilizaban medios como la pintura, la escritura, representaciones teatrales, escultura, arquitectura, etcétera, para hacer referencia a sus logros o cualquier tipo de suceso digno de ser transmitido y recordado. Diferentes formas de representación artística para llegar a la mayor parte de la población, utilizando los medios que en cada momento estaban disponibles.

## 5.2. ACOTACIÓN DEL TÉRMINO

La NT es un término amplio que no se puede definir correctamente sin concretar claramente los márgenes del mismo, para así poder delimitar su estudio. Como se puede de comprobar, transmedia no hace referencia sólo a la ficción (Scolari, 2013b y Paíno Ambrosio y Rodríguez Fidalgo, 2015), “tenemos que dibujar la distinción existente entre narrativa transmedia y la marca transmedia<sup>28</sup>” (Jenkins, 2010b, p.945), entre otros tipos de transmedia. La comunicación de este tipo existe también en la publicidad, el periodismo, el marketing<sup>29</sup>, la comunicación política, la comunicación corporativa, en educación –transmedia literacy–, etcétera.

Es un proceso comunicativo que puede ser aplicado a infinidad de materias, y todos estos procesos pueden ser operados tanto de forma individual como colectiva (Jenkins, 2010b), siempre y cuando hagan referencia al mismo concepto –ya sea mediante publicidad, ficción, o cualquier otro tipo–. Es decir, que se refieran siempre al mismo tema. Cuando habla del mundo de ficción, Dena (2009) se refiere a todos los elementos que cuentan con unas características comunes y reconocibles.

Existe una línea crítica para diferenciar un tipo de transmedia de otro (Long, 2007, Jenkins, 2008 y Scolari, 2013b), y se hace necesaria una diferenciación estratégica de la misma (Long, 2011 y Vilches, 2013). Este universo es amplísimo e inabarcable en conjunto. Scolari et al. (2012b, p.86) observaron la existencia de una “hibridación entre el discurso narrativo y el discurso publicitario”, una contaminación entre los contenidos y mundos narrativos. Esto es algo que cada vez está más consolidado, produciendo una asociación entre diferentes modalidades textuales que crean un “mundo transfronterizo y generan una hibridación textual que desestabiliza cualquier taxonomía

---

<sup>28</sup> Traducción propia del original en Jenkins (2010b, p.945): “We might also draw a distinction between transmedia storytelling and transmedia branding”.

<sup>29</sup> Jenkins (2010b) denomina a este tipo de comunicación como transbranding. Con ello deja claro que existen diferentes tipos de comunicación transmedia, dependiendo del uso que se le quiera dar en cada caso.



publicitaria o ficcional” (Scolari et al., 2012b, p.86). Por ello parece necesaria una aclaración, ya que parece que para algunos autores la NT no es terreno exclusivo para la ficción (Rodríguez Ferrándiz, 2014). Por tanto, tal y como indican Rodríguez Ferrándiz, Ortiz Gordo y Sáez Núñez (2014, p.74), “no toda transmedialidad es narrativa, aunque pueda serlo en potencia. Hay fenómenos textuales mediáticos que bordean las NT, y que pueden solaparse con ellas”. Del mismo modo, Rodríguez Terceño, Barquero Cabrero y Alonso Mosquera (2016, p.11) opinan que “no todas las extensiones 'transmediáticas' son igualmente importantes o relevantes, algunas simplemente funcionan como reclamos promocionales y publicitarios, [y] otros sólo se articulan para dar acceso al contenido central”. De esta manera es primario diferenciar los universos transmediales y los mundos narrativos que pertenecen a los mismos. Sólo así se podrá establecer una línea clara que ayude a dilucidar qué contenidos pertenecen a un tipo de comunicación o a otro.

### **5.3. UNIVERSO TRANSMEDIA, MUNDOS NARRATIVOS Y MEDIOS ESTRELLA**

Para explicar estos límites de un proyecto transmedia y poder entender así su diferenciación interna –a qué mundo narrativo pertenece cada contenido– y poder así llevar a cabo de forma correcta y delimitada el análisis posterior, se va a recurrir a una metáfora que visualmente lo haga más claro, utilizando el universo como ejemplo.

La comunicación transmedia es un ecosistema mediático en sí mismo que puede abarcarlo todo comunicativamente hablando. Existe un universo transmedia que comprende todo el contenido generado acerca de un tema en concreto, y cuenta con sistemas planetarios –mundos narrativos– específicos de cada tipo de comunicación, “cada uno con sus propias variables que le hacen independiente y, en algunos casos, diferentes del resto” (Vivar Zurita y García García, 2009, p.208). Todos son diferentes entre sí pero con un punto en común, pertenecen al mismo universo, con sus propias reglas y leyes físicas. Tal

y como argumenta Giovagnoli (2011, p.35), “cada historia está localizada en un universo imaginativo, y cada universo está gobernado por unas leyes<sup>30</sup>”, y éstas deben ser meticulosamente acatadas. De esta manera el conjunto de la historia será fácilmente reconocible y aceptado por la audiencia.

Cada sistema planetario es un mundo narrativo que se diferencia del resto: uno será de PT, otro MT, otro la NT, etcétera. Puede haber tantos mundos narrativos como tipos de comunicación existan y se quieran desarrollar para cada proyecto, y cada uno de ellos sigue una serie de normas diferentes a las del resto, con su propios contenidos diferenciados y con sus narrativas específicas. No es lo mismo, por ejemplo, hacer una campaña de publicidad que una serie para televisión. Cada una tendrá unos contenidos propios que apoyarán su objetivo. Para cada mundo narrativo, el resto de los mismos que forman parte del mismo universo serán paratextos. Tratan sobre el mismo tema pero no influye en su narrativa propia.

Para continuar con esta explicación, hay que recalcar que el término narrativa NT se utilizará para hacer referencia a la ficción del universo narrativo, y se ésta rige por sus características propias. No se puede hablar de NT de publicidad o marketing. En esos casos se estará ante un mundo narrativo de PT o de MT. De esta forma se podrán empezar a esclarecer las diferencias y no se mezclarán sus contenidos. Esto ha de ser así porque en muchas ocasiones todo lo perteneciente a un universo transmedia se considera parte de la NT, y no es correcto. No todo es NT, y en este estudio se va a intentar aclarar qué contenidos pertenecen a la NT en la ficción televisiva, no de sus paratextos.

Siguiendo con la metáfora del universo, dentro de cada sistema planetario hay una estrella, la cual ejercerá de medio principal –medio estrella– del mundo narrativo sobre la que orbitan el resto de partes de la historia, los planetas. Este medio es el que ejerce de guía de estilo para el resto de contenidos, y el que

---

<sup>30</sup> Traducción propia del original de Giovagnoli (2011, p.35): “Each story is set in an imaginative universe and each universe is governed by laws”. Las leyes a las que se refiere el autor serán dadas por el universo narrativo, que contará con sus propias características definitorias y diferenciadoras de otras historias.

cuenta con mayor cantidad de público. El medio estrella debe ser protegido por el resto de contenidos (Mitell, 2014), siguiendo las leyes físicas del mundo narrativo y engrandeciendo la historia. Puede darse el caso de que el sistema sea binario, es decir, tenga dos medios estrella. Este tipo de NT se dará cuando existan dos medios que cuenten la misma historia, como en el caso de una adaptación. Un buen ejemplo es el universo transmedia de *El Señor de los Anillos*. Se consideraría que tanto los tres libros –en conjunto– de J.R.R. Tolkien y las películas –también en conjunto– del director de cine Peter Jackson, son los medios estrella sobre los que orbitan el resto de contenidos.

Cada uno de los planetas es un relato independiente, con entidad propia y que cuenta una parte de la historia diferente al resto de planetas y del medio estrella, con su propias tramas, localizaciones, personajes, etcétera. A su vez, los planetas cuentan con satélites naturales que les orbitan –aunque no tiene por que ser siempre así–, completándolos en algunos casos. Eso sería un ejemplo de narrativa cross-media<sup>31</sup>.

A la vez, los planetas también cuentan con satélites artificiales, que son las historias generadas por los fans acerca de esa pequeña parte del relato. Es decir, el contenido no oficial pero necesario para una NT. En este caso, estas historias que giran alrededor de un planeta a modo de satélite artificial, se considerarán también como narrativa cross-media, ya que para ser comprensibles se debe conocer también el medio al que orbitan.

Y por supuesto, no se puede dejar de lado ni olvidar al cinturón de asteroides, imposible de cuantificar y controlar por la gran cantidad de elementos que lo componen. Éstos son de diferentes tipos y tamaños, con sus características propias. Hacen que la masa del sistema planetario aumente de una forma que no se puede abarcar ni conocer en su totalidad. Este cinturón de asteroides es el contenido creado por los fans que forma parte del mundo narrativo.

---

<sup>31</sup> La narrativa cross-media es utilizada en algunos casos como sinónimo de NT, pero esto no es del todo así. Existen algunas características que las diferencia. Este tipo de narrativa es definida y diferenciada de la NT en la página 58 del presente trabajo.

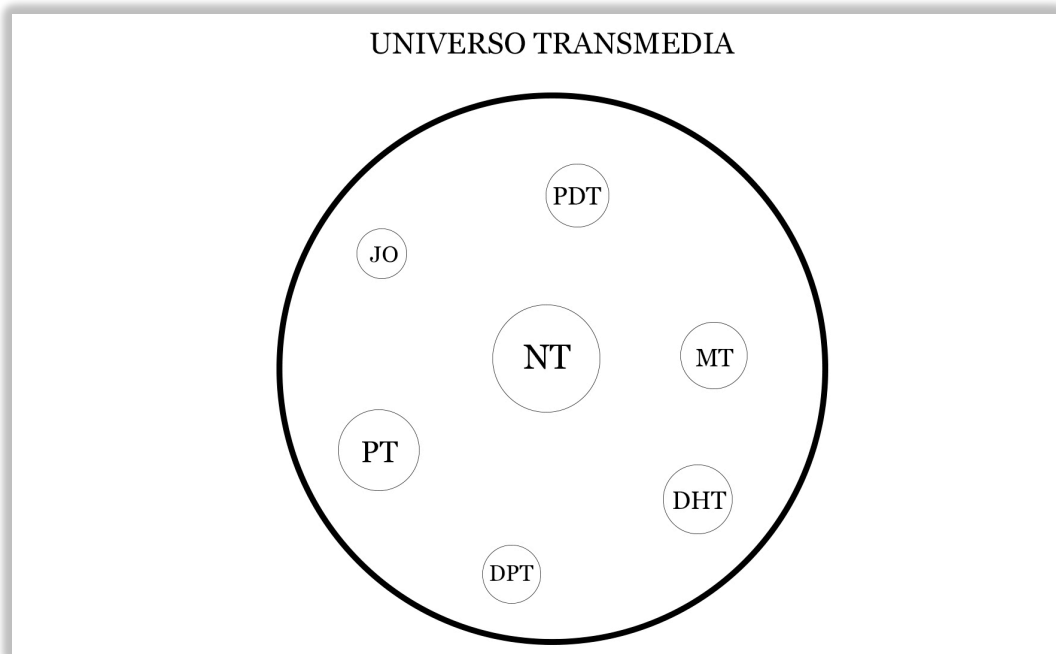


Figura 1 de elaboración propia. Organización del universo transmedia formado por diferentes mundos narrativos. Éstos pueden variar dependiendo del proyecto.

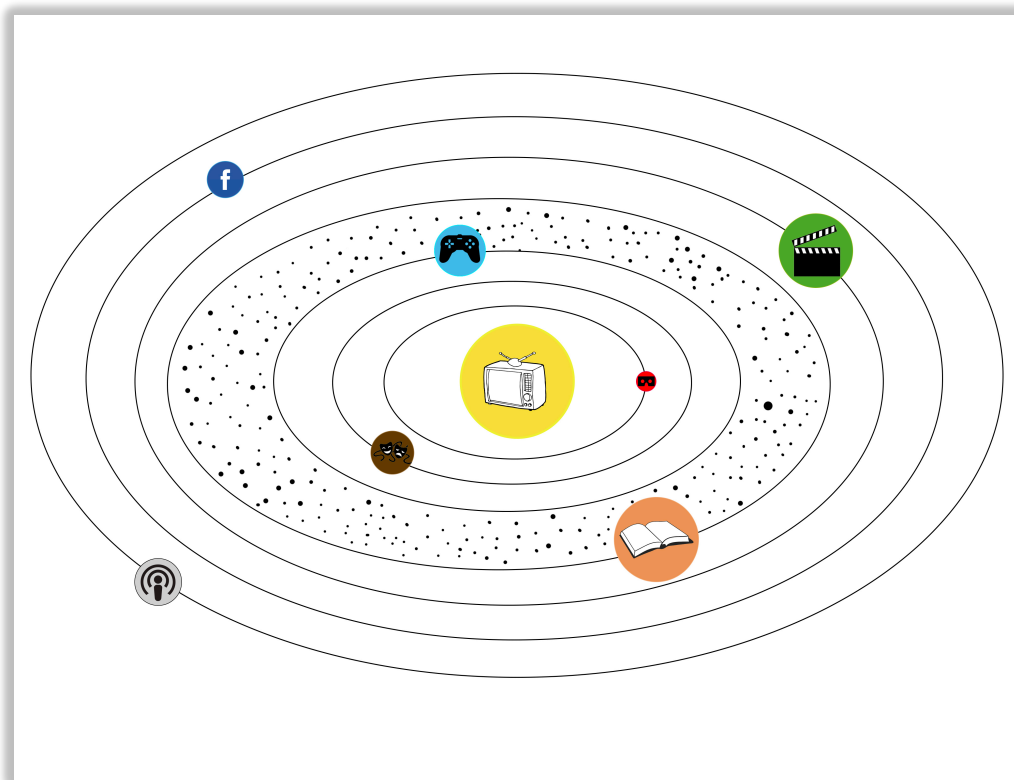


Figura 2 de elaboración propia. Ejemplo de mundo narrativo<sup>32</sup>, en este caso, la NT de un proyecto.

<sup>32</sup> Siguiendo la explicación anterior, se muestra cómo sería un mundo narrativo en el que el medio estrella es la televisión –círculo central amarillo–, ampliándose poco a poco con otros medios que lo orbitan pero que son individuales y comprensibles en sí mismos. La zona punteada corresponde a la producción de los fans, en la que tiene cabida cualquier medio o plataforma existente.

Podría darse el caso de que haya contenidos que van de un sistema a otro, a modo de cometa. Por ejemplo un contenido generado para la PT de un proyecto podría expandir la historia de la NT en algún caso. Con esto se quiere decir que aunque cada sistema sea independiente, al igual que sus medios dentro de ellos, es más importante lo que les une, la historia, que lo que les separa –tipo de transmedia–. Por lo tanto, los sistemas están conectados unos con otros por un núcleo común que se encuentra en el centro de este universo e influye sobre todos los contenidos del mismo. Este núcleo central puede ser una historia – ficción–, una información periodística, un producto que ha de ser vendido – publicidad–, etcétera. Es decir, cualquier elemento objeto de ser comunicado.

En un proyecto transmedia, cada sistema planetario o de medios tiene vida propia, pero no pueden gravitar libremente por su universo. Se deben a algo más importante que ellos mismos y que es el centro de toda creación. En el caso de la ficción se trata de la historia que se desea transmitir. Ésta es el centro del universo transmedia, ya sea una película, una serie de televisión, un libro, etcétera. Y todos los sistemas planetarios se deben a ella.

Scolari et al. (2012b) se acercan a esta visión de la comunicación transmedia refiriéndose a las piezas de la publicidad –o de cualquier otro tipo de comunicación– de las producciones transmedia como paratextos:

“La operación fundamental es comprimir/expandir en diferentes formatos y con variados recursos la narrativa fuente, y crear, por tanto, otro nivel narrativo al viajar por las diferentes plataformas, es decir, promocionan la diégesis original de modo transmediático. Esta paratextualidad transmedia tiene por objetivos aumentar la expectativa, orientar las interpretaciones de la audiencia antes y durante la emisión del programa [...] y crear un espacio abierto para las lecturas personales como las de las comunidades de fans” (Scolari et al., 2012b, p.85).

El paratexto es todo contenido referente a una historia (Mitell, 2014) que puede ser consumido por la audiencia. Cualquier tipo de contenido es válido, independientemente del mundo narrativo al que pertenezca. Por ello, tal y como

apunta Rodríguez Ferrándiz (2015, p.27) “el paratexto es un espacio indeciso” que se sitúa dentro o fuera del propio mundo narrativo y puede presentarse de diferentes formas.

#### **5.4. DIMENSIÓN NARRATIVA FRENTE A DIMENSIÓN ECONÓMICA**

Todos los contenidos deben estar interconectados de alguna forma, pero como se ha argumentado anteriormente, la NT debe tener un contenido que ejerza como medio estrella que sostenga “económica y narrativamente a un conjunto transmediático” (Scolari, Jiménez y Guerrero, 2012a, p.144). En un proyecto ideal debería ser tan solo narrativamente, pues la verdadera fuente de riqueza de la NT es el trabajo narrativo (Vilches, 2013). Pero como en todo negocio, hay que sacar beneficio para de esta forma poder seguir produciendo y generando contenidos, así como “rentabilizar los activos de las empresas” (Franquet, Ribes y Zoppedu, 2012, p.22).

Jenkins, en la entrevista realizada por Scolari (2013a, p.35), dice que “hay una tensión entre el modelo –tradicional– de la nave nodriza con sus extensiones y el modelo que nace transmedia”. Esto no tiene por qué ser así puesto que una NT puede nacer como tal teniendo un medio estrella que guíe al resto de textos y que sirva, principalmente, de referencia. Siempre hay un medio que influye sobre el resto, ya sea el cine, la televisión, un libro, etcétera. Pero, ¿cuál es ese medio? Debería ser aquel que integre la mayoría de espectadores, ya que será el que lleve mayor peso económico y el principal punto de acceso al mundo narrativo. Cada proyecto contará con un contenido estrella, y éste puede localizarse en cualquier medio. Por otra parte, como se ha comprobado anteriormente, en algunos casos el mundo narrativo puede contar con dos medios estrella. Esto sucede cuando por ejemplo un libro se adapta al cine, desarrollando ambos medios la misma parte de la historia.

Tanto Jenkins (2003, 2008) como Dena (2009) y Costa Sánchez y Piñeiro Otero (2012a) afirman que detrás de un proyecto transmedia hay tanto motivos

estéticos como económicos. Al igual que en cualquier otro trabajo, “las consideraciones económicas forman parte de la compleja ecología de los proyectos transmedia<sup>33</sup>” (Dena, 2009, p.54). Un proyecto transmediático ejerce su influencia sobre diferentes nichos de mercado, dando la opción a distintos tipos de espectadores de seguir la historia a través de gran variedad de medios. En la NT cada medio hace lo que se le da mejor, y cada espectador entra en ese mundo de ficción a través del medio con el que más afinidad encuentre. La NT supone una clara oportunidad de mitigar los daños que sufren las cadenas de televisión por la fragmentación de la audiencia. La ocasión de desarrollar un proyecto a través de diferentes medios abre muchas puertas a gran cantidad de audiencia, y esto más tarde se traducirá –en un principio y siempre que tenga éxito– en mayor beneficio económico. Esto es algo que las grandes compañías de entretenimiento conocen y, por ello, actualmente se crean contenidos para todos los medios posibles. El problema viene cuando un mundo narrativo es transmedializado y no existe ese control total que se tiene con un proyecto que ha nacido transmedia.

En muchas ocasiones las posibilidades económicas que ofrece un proyecto transmedia son difícilmente rechazables. Esta es la razón por la que algunos proyectos monomediáticos pasan a ser transmedia. Es decir, son transmedializados<sup>34</sup>. De esta manera se reduce el control narrativo, pero se obtiene un mayor beneficio económico. Por ello, pueden surgir diferentes caminos argumentales que hagan que la audiencia tenga dudas sobre la evolución de las tramas, personajes, etcétera. Por lo tanto, lo recomendable es que los proyectos que aspiren a ser transmediáticos, lo sean desde el principio, de forma nativa (Costa Sánchez, 2013). Un ejemplo de esta transmedialización es el mundo NT de *Hellboy* (Columbia Pictures, 2004), donde surgían incongruencias narrativas y de personajes (Long, 2007, p.32-33). Algo similar

---

<sup>33</sup> Traducción propia del original de Dena (2009, p.54): “Economic considerations are part of the complex ecology of transmedia projects”.

<sup>34</sup> Se propone el término ‘transmedializar’ –en todas sus variantes y conjugaciones– para referirse a todos aquellos proyectos narrativos que no fueron concebidos como transmedia y que han pasado a serlo por diferentes razones, ya sean económicas, narrativas, o de cualquier otro tipo. Scolari (2016) denomina esto como transmedia táctico, mientras que a aquellos proyectos que nacen transmedia los nombra como transmedia estratégico.

sucede con *Star Wars*, ya que tras la trilogía original –Episodios IV, V y VI– surgieron unas novelas que en parte no se corresponden con sucesos de la última película de la saga –Episodio VII–, dirigida por J.J. Abrahms. Esto ha hecho que existan dos cánones oficiales diferentes que confunden a los fans que intentan desentrañar sus nexos. Aquí se demuestra la necesidad de que exista una persona –productor transmedia– que se encargue de coordinar todo lo relativo a una historia a través de los diferentes medios para que no haya problemas argumentales, con los personajes, o con cualquier otro elemento narrativo. También es primordial pensar en transmedia (Scolari, 2013a) cuando se quiere contar una historia de este tipo. Tiene que existir un diálogo continuo entre todas las plataformas que envuelven el proyecto (Giovagnoli, 2011).

De todas formas, si estas transmedializaciones se desarrollan correctamente pueden ser beneficiosas, ya que los seguidores del mundo narrativo pueden ver saciadas sus expectativas al contar con nuevos relatos (Costa Sánchez y Piñeiro Otero, 2012a) y las productoras pueden obtener mayores ganancias. De esta manera tanto la audiencia como los productores se verían favorecidos.

En algunas ocasiones aparecen valores económicos que pueden alterar el elemento artístico (Jenkins, 2003 y Mora, 2014). No obstante, nunca hay que olvidar que cada relato tiene sus propias necesidades y sus arcos dramáticos establecidos, y nunca deberían verse modificados por motivaciones que vayan más allá de la narrativa de la ficción. Al menos, esto sería lo ideal, pero hay que comprender que quienes desarrollan estos proyectos son empresas que necesitan rentabilidad económica.

La NT “supone tanto una necesidad como una oportunidad” (Cascajosa Virino y Molina Cañabate, 2016, p.120). El mundo narrativo de ficción de cualquier historia es mucho más grande que una sola película, serie de televisión o libro, incluso más grande que la franquicia (Jenkins, 2008, p.118-119). Este recurso narrativo cumple la función de expandirlo y darle la visibilidad que se merece. Es la técnica narrativa total, donde todo lo referente a la historia puede ser contado. Pero nunca se debe olvidar que lo más importante



es la historia, y todos los medios y creadores involucrados en el proyecto se deben a ella.

## **5.5. CARACTERÍSTICAS DE LA NARRATIVA TRANSMEDIA**

Tal y como argumenta Scolari (2013a, p.27) “las NT son una forma de relato que se expanden a través de muchos medios y plataformas de comunicación”. Pero esto es tan solo una de las propiedades que caracterizan a esta forma de contar historias. El mencionado Jenkins (2009b) y el productor transmedia Jeff Gómez (PGA New Media Council, 2007 & Scolari, 2010a, 2010b) desarrollaron individualmente los principios fundamentales<sup>35</sup> de la NT para definirla y diferenciarla de otras técnicas narrativas. Estas características esenciales se enumeran y explican a continuación.

### **5.5.1. La narrativa transmedia según Henry Jenkins**

Los siete principios fundamentales de una NT según Henry Jenkins (2009b) son:

a) Expansión vs profundidad (Spreadability vs drillability):

Cuando Jenkins (2009b) habla de expansión se refiere a la capacidad de la audiencia para participar de forma activa en la circulación –y ayuda a la fidelización– de los contenidos a través de redes sociales para ampliar su valor. Es decir, la “expansión de una narrativa a través de prácticas virales” (Scolari, 2013a, p. 39). Se trata pues de una propiedad que hace referencia

---

<sup>35</sup> Para hablar de los principios fundamentales de la NT la mayoría de los autores se refieren a los mismos como el ‘*identikit* de la NT’, que fue el término propuesto tanto por Jenkins (2009b) como por Gómez (PGA New Media Council, 2007). Para esta investigación se ha decidido denominar a este punto como ‘características de la NT’, ya que se trata de una palabra que no lleva a error y define mejor a qué se refiere este apartado del trabajo.

directa al fenómeno fan y del prosumidor. Una NT siempre ha de contar con un movimiento de fans que consuman y creen pedazos de la historia.

Por otro lado, se entiende como profundidad a “la tarea de penetración dentro de las audiencias que el productor desarrolla hasta encontrar el núcleo duro de seguidores de su obra” (Scolari, 2013a, p. 40), que serán los encargados de dilatar y divulgar los contenidos. Esto último fue propuesto por Mittel (2009) como respuesta y complemento a la definición de expansión de Jenkins (2009b), ya que “quizás necesitemos una metáfora diferente para describir la interacción del espectador con la complejidad narrativa. Podríamos pensar en aquellos programas en los que se puede explorar en lugar de expandir<sup>36</sup>” (Mittel, 2009). Los fans se convierten en forenses de sus programas favoritos y los desgranán, sacando el mayor partido posible a cada uno de los contenidos existentes (Scolari, 2010a), ya que “la abundancia de información estimula la participación del usuario para buscar sus propias fuentes dentro del panorama actual global de los medios de comunicación” (Vivar Zurita y García García, 2009, p.208). No obstante ambas propiedades pueden coexistir, ya que un mismo texto puede ser tanto expandido como profundizado (Mittel, 2009 & Scolari, 2010a). Cuanto más suceda esto, más fidelidad se creará en las audiencias, ya que el relato se hace más complejo e interesante para los fans y seguidores de la historia.

b) Continuidad vs multiplicidad (Continuity vs multiplicity):

Los proyectos transmedia deben tener la idea de ser un proyecto unificado, desarrollado a través de múltiples medios y con una continuidad (Jenkins, 2009b) a través de los diferentes lenguajes (Scolari, 2010, 2013a). Esto ha de ser así para que las historias tengan coherencia y sean plausibles para los espectadores, para que el mundo narrativo funcione como un todo

---

<sup>36</sup> Traducción propia del original de Mittel (2009): “Perhaps we need a different metaphor to describe viewer engagement with narrative complexity. We might think of such programs as drillable rather than spreadable.”

complejo y no como historias separadas (Jenkins, 2009b). La mayoría de los productores transmedia creen que la historia depende en gran parte de la continuidad narrativa a través de los medios (Jenkins, 2010b). Esta continuidad no tiene por qué deberse a una linealidad narrativa, sino a que exista una coherencia en los relatos. Es decir, que no se contradigan cambiando tramas o la evolución de los personajes de un medio a otro, por ejemplo. Todo el conjunto tiene que tener el mismo sentido. Por otro lado, existen también creaciones en las que los personajes de algunas historias son trasladados a otras épocas o lugares diferentes a los de su origen (Jenkins, 2009b & Scolari, 2010, 2013a). Esto es lo que se conoce como multiplicidad. En este último caso se está ante un producto transmedia perteneciente al universo narrativo, pero probablemente este tipo de contenidos creen su propio mundo narrativo con su propio medio estrella.

c) Inmersión vs extracción (Immersion vs extracrability):

La inmersión trata de atraer al espectador hacia el contenido, y la NT lo hace a través de los diferentes medios que usa para contar la historia. Esta característica sería aplicable a todos los mundos narrativos, mientras que la extracción es justo lo contrario. Es el espectador el que extrae determinados elementos y los ubica en su vida real. Un buen ejemplo de esto es el de la cerveza *Duff*, de *Los Simpsons* (Fox, 1989-actualidad). Se trata del nombre de la bebida de ficción que consumen los personajes de la serie. Desde el año 2008 esta marca de cerveza se comercializa en varios países, siendo un claro ejemplo de extracción de un producto de ficción a la realidad. La extracción, por su parte, tiene que ver más con el marketing transmedia.

d) Creación de mundos (Worldbuilding):

La NT supone la creación de mundos narrativos, y para que estos funcionen el espectador debe tener la sensación de que son reales, “los mundos narrativos deben estar amueblados” (Scolari, 2013a, p.41). Deben contar con pequeños detalles que los hagan verosímiles a ojos del

espectador. Jenkins (2009b) defiende que estos mundos tienen que contar con un trabajo enciclopédico muy importante detrás. Es decir, cuando más detalle, más creíble. Esto, además, facilitará el trabajo para una posterior expansión del mundo narrativo de ficción.

e) Serialidad (Seriality):

Según dice Jenkins (2009b) la NT retoma de la estructura seriada de la industria cultural del siglo XIX. La NT no se forma de manera secuencial “lineal monomediática, sino que se dispersan en una amplia trama que abarca muchos medios” (Scolari, 2013a, p.41). Las tramas, los personajes y los lugares se dispersan a través de múltiples relatos y medios, por lo que la serialidad implica continuidad. Una de las finalidades de la NT es la de crear macrorrelatos.

f) Subjetividad (Subjectivity):

Tal y como dice Scolari “las NT tienden a potenciar una polifonía causada por la gran cantidad de personajes e historias” (2013a, p.41), lo que exige a los espectadores un trabajo extra a la hora de recomponer las piezas de los mundos narrativos. De esta forma obtendrán toda la información para poder tener una idea más formada sobre los personajes, su forma de actuar, etcétera. No obstante, como ya se ha dicho, no es necesario conocer todos los contenidos de un mundo narrativo para entender los relatos individualmente.

g) Realización (performance):

Esta última característica propuesta por Jenkins (2009b) se refiere a que “las acciones de los consumidores son fundamentales en las NT” (Scolari, 2013a, p.41). Muchos de estos consumidores o fans acaban convirtiéndose en creadores de sus propios contenidos, generando nuevos personajes, tramas, etcétera, que no hacen sino “expandir aún más las fronteras del

mundo narrativo” (Scolari, 2013a, p.42). Aportan nuevas ideas a la historia y la hacen suya. Con esta última característica propuesta por Jenkins, se refuerza la idea de la participación y colaboración de la audiencia como requisito fundamental de la NT.

### **5.5.2. La narrativa transmedia según Jeff Gómez**

Por su parte, Jeff Gómez, CEO de *Starlight Runner Entertainment* y productor transmedia de grandes proyectos como *Avatar* (20th Century Fox, 2009) o *Piratas del Caribe* (Disney, 2003) entre otros, propone una serie de características para la NT, las cuales constan de ocho puntos (PGA New Media Council, 2007 & Scolari, 2010a, 2010b). Es interesante conocer su visión sobre las características fundamentales de la NT, ya que se trata de un profesional reconocido en el mundo audiovisual, y más concretamente, en la elaboración de estrategias transmediáticas para ficción:

- a) Según Gómez, el contenido es originado por uno o muy pocos visionarios. Scolari opina que esta concepción es equivocada, ya que “una cosa es sostener que las NT deben ser gestionadas por un grupo reducido de productores/guionistas para tener bajo control las líneas argumentales, y otra muy diferente pensar que las NT solo pueden nacer en la mente brillante de un individuo” (2013a, p.42). Parece lógico pensar que un proyecto transmedia debe ser coordinado por un grupo pequeño de personas, para que de esta forma las historias estén controladas y sigan el camino indicado, evitando así que surjan “contradicciones y líneas argumentales paralelas” (Scolari, 2013a, p.42). Por otro lado también parece coherente pensar que el germen de la idea que genere un mundo narrativo parta de sólo una persona. Eso sí, para desarrollar este mundo, se necesita la participación de varios participantes que generen los contenidos. Esto hace ver que la figura del productor transmedia se hace

necesaria en esta clase de proyectos. Alguien que canalice la información y haga que todo el canon<sup>37</sup> tenga sentido en conjunto.

- b) Un proyecto transmedia debe serlo desde el principio. Debe existir una planificación que deje claro en qué momento, qué personajes, qué tramas y, sobre todo, en qué medios se va a emitir un contenido. Los productores tienen que dejar de pensar en medios individuales y crear historias pensando en más de un medio. Según Scolari “cada vez más los creadores televisivos, cinematográficos o de videojuegos deben generar historias con un ojo puesto en sus desarrollos futuros en las otras plataformas y medios.” (Scolari, 2013a, p.43). Esto ha de ser así para evitar problemas de relaciones entre contenidos que surgen de una posible transmedialización de la franquicia, es decir, la transformación de proyecto que nació como monomediático en transmediático. Tal y como apunta Dena (2009), la adición de contenidos a veces puede ser inconsecuente con el sentido del mundo narrativo. Como se ha argumentado anteriormente, un ejemplo de esto es *Star Wars*, que cuenta en la actualidad con más de un canon en los que suceden diferentes acontecimientos, lo cual lleva a grandes problemas de comprensión por parte de los seguidores de la saga.
- c) Gómez defiende que el contenido de un proyecto transmedia tiene que distribuirse a través de tres o más plataformas y medios, siendo de la misma opinión la Asociación de Productores de América (PGA New Media Council, 2007). No obstante esto no tiene por qué ser siempre así, ya que cada mundo narrativo ha de utilizar los medios que sean necesarios en cada caso, no tienen que verse obligados a estar presentes en tres medios como mínimo para poder considerar el proyecto como transmedia. Un ejemplo simple para ilustrar esto último podría suceder en una película localizada en la Edad Media. En ella podría ser necesario

---

<sup>37</sup> El canon oficial hace referencia a los contenidos que desarrollan la historia tal y como la diseñaron sus creadores. Guerrero Pico (2015, p. 281) lo define como “el universo o mundo diegético oficial – acontecimientos, personajes, coordenadas espaciales y temporales– desarrollado a través de todas las extensiones transmedia”.

tan solo un libro –un código por ejemplo– como elemento transmedia, que ayude a comprender los objetivos de los personajes y a dotar de más información la trama. No haría falta más, y con solo dos medios, existiría una NT.

- d) El contenido es único, aprovecha la especificidad de cada medio y no es reutilizado por otra plataforma. Esto no hace sino reconfirmar que cada medio debe contar una parte de la historia totalmente original, que no se haya desarrollado a través de ningún otro medio o plataforma. Con esto, “Gómez rechaza de manera radical considerar las adaptaciones como parte del mundo narrativo” (Scolari, 2013a, p.43).
  
- e) El contenido se basa en una visión única del mundo narrativo. Scolari (2013a, p. 43) resume esto haciendo referencia a la existencia de “una historia, un mundo, muchos medios y plataformas”. Se podría entender la NT de una serie de televisión –o de cualquier relato de ficción– como si se tratase de la historia de la humanidad. Los hechos son los que son, y éstos no pueden ser cambiados o modificados. Tan solo se decide contarlos a través de un medio o de otro, y en un orden concreto. Para que los acontecimientos sucedidos en la historia de una serie de televisión sigan la misma ruta existe un documento que guía a los creadores de contenidos, la biblia<sup>38</sup> –mitología según Gómez (Scolari, 2013a)–.
  
- f) Al hilo de lo expuesto en el punto anterior, Gómez respalda que hay que realizar un esfuerzo para evitar que existan fracturas o divisiones en el mundo narrativo. Esto vuelve a la idea de la biblia como elemento de guía para un mundo narrativo que siga el canon, no el de los contenidos generados por los prosumidores, que crearán sus contenidos según sus preferencias y necesidades.

---

<sup>38</sup> El en punto 9 del presente estudio, página 131, se explica todo lo referente a la biblia transmedia de un proyecto.

- g) La integración dentro de un proyecto transmedia debe ser vertical y abarcar a todos los actores que formen parte del proceso de producción en un proyecto de estas características (PGA New Media Council, 2007). Desde aquellos encargados de desarrollar el mundo narrativo y sus contenidos hasta los “actores económicos que participan en la producción y la distribución transmedia” (Scolari, 2013a). Esto quiere decir que al igual que para crear la narrativa todos han de participar y seguir una biblia transmedia, los actores económicos han de crear un plan de negocio transmedia, en el que se tienen que detallar los costes de cada uno de los medios y plataformas utilizados para tener un visión que integre todo el proyecto.
- h) Al igual que indica Jenkins en su *identikit*, Gómez ve obligatoria la participación de las audiencias en un proyecto transmedia. Para ello es necesaria la creación de portales web, redes sociales y promover el contenido generado por los usuarios guiándolos para que sigan aportando nuevos relatos. Para Gómez “es esencial que el público interactúe con la historia” (Scolari, 2013a, p.44).

Según afirma Scolari (2013a, p. 45), “si repasamos los *identikits* [características de la NT] podemos decir que hay dos coordenadas que definen las NT: 1) expansión del relato a través de varios medios, y 2) colaboración de los usuarios en ese proceso expansivo. [...] cada texto que forma la red transmedia debe tener vida propia.” Son dos puntos esenciales para toda NT, y complementados con otros de los que mencionan tanto Gómez como Jenkins, se puede obtener una idea clara de lo que es la NT. Además de estos dos puntos, Ferrándiz Rodríguez (2014) propone también como puntos básicos que 3) cada medio haga lo que se la da mejor, 4) cada medio es comprensible en sí mismo sin necesidad de conocer el resto y 5) la necesidad de que exista un control centralizado del proyecto. Por lo tanto, estos cinco puntos pueden ser considerados como los esenciales para toda NT. Todos son necesarios para que un proyecto pueda ser considerado transmedia.



## 5.6. OTRAS APROXIMACIONES EPISTEMOLÓGICAS

El nuevo camino hacia el que se dirige la televisión propicia que aparezcan constantemente nuevas formas narrativas y de emisión –como el *streaming*–, y esto hace que aparezca una gran cantidad de terminología distinta que se refiere a procesos que hasta ahora no se conocían, o a los que aún no se les había dotado de un nombre característico. Muchos de estos procesos surgen a raíz de la convergencia mediática, por lo que en muchas ocasiones varios términos hacen referencia a lo mismo, o prácticamente lo mismo. En este apartado se intentará aclarar esta terminología que existe para que no haya lugar a dudas posteriormente. Entre estas acepciones encontramos: cross-media, multimedia, hipertelevisión, interactividad, remediación y fenómeno intercomposicional e intraposicional.

### 5.6.1. Cross-media

Cross-media es, según Scolari et al. (2012b, p.88) una “estrategia de comunicación que involucra diferentes medios [...]”, lo cual es prácticamente lo mismo que la NT. Este mismo autor (2013a) define esta estrategia de comunicación a partir de cuatro criterios, que son los siguientes:

- a) Al igual que en la NT, un proyecto cross-media aprovecha varios medios para contar una historia usando sus características propias, apoyándose los unos en los otros.
- b) Se trata de una producción integrada.
- c) Los contenidos son accesibles a través de diferentes medios y plataformas.
- d) Usar más de un medio tiene como finalidad servir de apoyo a las necesidades del relato.
- e) La audiencia forma parte activa de la narración.

Como se puede comprobar, las características de una producción cross-media son muy similares a las de una producción transmedia, son casi sinónimos. Es

más, algunos autores los tratan como tal, pero existe una diferencia fundamental entre un proyecto de un tipo y de otro. Una historia cross-media necesita de todos sus medios para que ésta sea comprensible en su totalidad. Es decir, unos medios dependen de otros para poder ser entendibles. Para conocer una parte de la historia es necesario que se hayan consumido todos los relatos que se refieren a ella (Prádanos, 2012a, Costa Sánchez y Piñeiro Otero, 2012a y 2013 y Corona Rodríguez, 2015). Por su lado, en una historia transmedia cada medio tiene entidad propia e independiente, y sirve como punto de acceso a un mundo narrativo más complejo. Al existir muchos medios, cada uno contará con su propia audiencia, la cual entrará al mundo narrativo a través del que desee (Long, 2007). No es necesario consumir todos los medios para su entendimiento.

Por lo tanto se puede considerar que la narrativa cross-media se integra en un mundo narrativo transmediático. Siempre forma parte de una estrategia transmedia, teniendo en cuenta siempre este detalle diferencial que se acaba de aclarar.

### **5.6.2. Multimedia**

Este término se refiere a que un mismo contenido puede ser consumido en diferentes medios o plataformas. Los usuarios pueden decidir dónde quieren consumir determinados productos textuales sin que exista variaciones significativas entre ellos, de forma que sean “transmitidos o percibidos como uno solo a través de múltiples medios” (Costa Sánchez y Piñeiro Otero, 2013, p.102). Por ejemplo, *El Señor de los Anillos* puede ser consumido a través de los libros, las películas, etcétera, pero no por ello ser un producto transmediático ya que en todos se cuenta lo mismo.

Según Scolari (2009a, p.100) la multimedialidad propone que “el producto cultural es diseñado para ofrecer un sistema integral a sus audiencias, un paquete textual que abarca todos los medios y lenguajes imaginables”. El mismo

autor añade que desde el punto de vista de la comunicación digital, "la multimedialidad realza la experiencia del usuario, el cual puede interactuar con textualidades complejas donde se cruzan y combinan diferentes lenguajes y medios" ( Scolari, 2009a, p. 100-101). Esta última afirmación es aplicable a la NT, la cual siempre ha de ser multimedia.

Multimedia también hace referencia a todos aquellos soportes que son capaces de reproducir contenidos de diferentes medios –vídeo, texto, etcétera–, tales como ordenadores, *tablet*, *smartphone*, y tantos otros. En la actualidad existe una amplia gama de dispositivos susceptibles de reproducir todo tipo de contenidos, "algo muy interesante para las estrategias de comunicación multimedia" (Costa Sánchez y Piñeiro Otero, 2013, p.16)

En última instancia aparece el término *multimedia media* –medios multimedia–, que como dice Ryan (2014) son aquellas tecnologías o fenómenos culturales que abarcan varios medios en sí mismos, como pueden ser el cine o la televisión. En ellos se utiliza la música, la fotografía, la escritura, las artes escénicas, etcétera. O los cómic, compuestos por escritura y dibujo. Por lo tanto, se trataría de un solo medio que se nutre de otros para poder ser único en sí mismo.

### **5.6.3. Hipertelevisión**

Término más representativo e importante en el contexto de la NT. Scolari (2009c) propone este concepto para definir la situación actual de la televisión. Se trata de una variante del término hipertexto, el cual simula la forma de pensar del ser humano mediante asociaciones (Bolter y Grusin, 2010). En las nuevas tecnologías se trata de enlaces que te llevan de un texto a otro, estando estos relacionados de alguna manera. Es una forma que facilita la forma de navegar y obtener información. "En estas estructuras el texto está atomizado y fragmentado, por lo que promueve una lectura no secuencial y aumenta el posible espectro de interpretaciones. En este contexto el lector [...] suma un

papel interactivo durante el proceso de lectura<sup>39</sup>” (Scolari, 2009c, p.34). Según Scolari, de esta forma el espectador se convierte en usuario, ya que tiene mayor capacidad de elección (2009a, 2009c). Pero realmente se trata de una interactividad ficticia en cuanto a la narrativa se refiere, porque el espectador no tiene el control de los contenidos, sólo puede elegir a qué texto quiere acceder.

El objetivo hacia el que se dirigen los medios de comunicación actuales es la interactividad, pero “aunque la tecnología está ya preparada, todavía nos falta educación en nuevas tecnologías para el ciudadano y, por supuesto, una generalización en el mercado con la que no contamos” (Del Ama et al., 2011a, p.74). Por ello podría decirse que la televisión se rige bajo las normas del hipertexto y no de la interactividad. Por lo tanto, el término hipertelevisión propuesto por Scolari (2009c) es más apropiado.

Al hablar de hipertexto se debe tener en cuenta que también incluye al hipermedia, puesto que “el hipertexto estaba destinado a contener y enlazar no sólo documentos escritos sino también fotografías, gráficos, sonidos y representaciones tridimensionales” (Scolari, 2009a, p.219). Así que hipermedia es la suma de hipertexto más multimedia.

También Scolari (2009a, p.217) pone de manifiesto que “la mayoría de los investigadores tiende a reconocerse en una definición de hipertexto que privilegia:

- la estructura reticular, descentrada, de los contenidos;
- la lectura no secuencial;
- la interactividad entre el usuario y el sistema;
- la redefinición de los roles de autor y lector.”

De esta forma la hipertelevisión propone una nueva estética que se basa en formas de estructura narrativa y formas retóricas que no son necesariamente

---

<sup>39</sup> Traducción propia del original de Scolari (2009c, p.34): “The text in these structures is fragmented and atomized, so that it promotes non-sequential reading paths and augments the spectrum of possible interpretations. In this context the reader [...] assumes a more (inter)active role during the Reading process”.

nuevas, entre las que destacan: la multipantalla, aceleración del ritmo, efecto de tiempo real, una intertextualidad interminable, ruptura de la linealidad (Llorca Abad, 2015), multiplicación de los personajes y de los programas narrativos, televisión muchos-a-muchos, nuevas pantallas y consumo asincrónico (Scolari, 2009a y 2009c):

- a) Multipantalla: Contenidos de programas que se fragmentan y son accesibles en diferentes dispositivos, o sea, multimedia.
- b) Aceleración del ritmo: La velocidad en el ritmo televisivo siempre ha estado presente, pero la hipertelevisión lo aumenta aún más en sus programas. Esto es debido a la fragmentación que sufre la televisión a través de diferentes medios en la actualidad.
- c) Efecto en tiempo real: Se intenta dar la sensación de que lo que se emite sucede en ese mismo instante mediante diferentes técnicas audiovisuales. Pero esto dependerá de cada programa y de sus necesidades propias.
- d) Intertextualidad interminable: la hipertelevisión está continuamente alimentándose de otros medios e incluso de sí misma: mediante comentarios, críticas, homenajes, etcétera. Es decir, la televisión se consume a sí misma –metatelevisión–.
- e) Ruptura de la linealidad: el tiempo narrativo está en constante ruptura, por lo que la audiencia debe asumir muchas veces el esfuerzo de interpretar los significados. “Las producciones de la hipertelevisión [...] están creando constantemente un espectador implicado que necesita aplicar un nuevo conjunto de competencias y experiencias para comprenderlas<sup>40</sup>” (Scolari, 2009c, p.37). Ofrece por otro lado consumir los contenidos en el orden que se desee, generando “un cambio de paradigma al introducir una narrativa no-lineal que se adapta a una estructura abierta que el propio receptor va configurando” (García Avilés y González Esteban, 2012, p.125).
- f) Multiplicación de los personajes y programas narrativos: El número de personajes de series de televisión ha aumentado en los últimos tiempos

---

<sup>40</sup> Traducción propia del original de Scolari (2009c, p.37): “Hypertelevisión productions [...] are constantly constructing an implied viewer that needs to apply a new set of competences and experiences to interpret them”.

debido entre otras cosas a la hipertelevisión, haciendo en muchas ocasiones que sea complicado identificar a los protagonistas. Cuando anteriormente las ficciones contaban con una narrativa lineal de sus historias, las producciones hipertelevisivas proponen textos compuestos por una red de programas narrativos aprovechando la multipantalla y el consumo asincrónico que nos ofrece.

- g) Televisión de muchos-a-muchos: se debe en gran parte a los contenidos generados por los usuarios gracias a la contaminación producida entre la televisión y la Web 2.0, que fomenta la televisión colaborativa o televisión 2.0.
- h) Nuevas pantallas: la hipertelevisión abre sus puertas a nuevos dispositivos –ordenadores personales, móviles– que se unen a los ya existentes –cine y televisión que amplían la experiencia televisiva.
- i) Consumo asincrónico: la hipertelevisión proporciona un consumo asincrónico de los productos televisivos. Se puede decidir cómo, cuándo y dónde se quieren consumir los programas televisivos.

Es importante añadir que es bastante peligroso pensar que la televisión ha desarrollado –o está desarrollando– una nueva forma de lenguaje, ya que lo que realmente hace es recuperar e integrar lo existente hasta ahora nutriéndose de ello. La televisión no inventa nada, simplemente aplica lo existente a lo nuevo. Atendiendo las palabras de Scolari (2009a), algunas de las nuevas narrativas televisivas, como la NT, tienen un futuro brillante por delante:

“Desde el momento en que los nativos digitales (Vilches, 2001; Piscitelli, 2005b) han desarrollado nuevas competencias perceptivas y cognitivas [...] a partir de sus experiencias hipertextuales, los medios tradicionales deben adaptar su producción a estos nuevos perfiles de espectadores. No es lo mismo seducir a una audiencia formada en la radio, en la prensa escrita o en la misma televisión que producir programas para nuevas generaciones con competencias generadas en experiencias hipertextuales como la navegación en la web o los videojuegos” (2009a, p.225).

#### 5.6.4. Interactividad

Según la definición del diccionario de la Real Academia Española de la Lengua (1997, p.1178), interacción es la “acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más objetos, agentes, fuerzas, funciones, etcétera”. Esto aplicado a la televisión quiere decir que la interactividad se produciría en el momento en que tanto el contenido emitido como el espectador ejercen influencia el uno sobre el otro (Costa Sánchez y Piñeiro Otero, 2012a), “casi en forma de diálogo” (Martínez Gutiérrez y Cabezuelo Lorenzo, 2010, p.10). Tal y como argumenta Scolari (2009a, p.97):

“Por un lado estaríamos en presencia de sistemas de comunicación que aumentan la interconexión entre usuarios y las posibilidades de modificar/controlar la forma cultural (*exchange* e *interplay*); por otro, los nuevos medios crean entornos inmersivos donde el sujeto forma parte de un sistema mayor. [...]La interactividad conformaría, de esa manera, un nuevo tipo de usuario, mucho más poderoso”.

A día de hoy no parece que la ficción para televisión vaya a ser interactiva, o mejor dicho, los contenidos emitidos por este medio. La interactividad necesita un *feedback* por parte de los espectadores que les haga partícipes del proceso comunicacional (Arranz Esteban, Alcalá Santaella y Legorburu Hortelano, 2011). Esto provocaría grandes desembolsos para las cadenas de televisión y un cambio radical en el sistema de producción –mayor aún del que supone una estrategia transmedia–, ya que “la televisión interactiva rompe por completo esta estructura porque sitúa al espectador como un posible demandante y generador de contenidos, lo que repercute directamente en el modelo de negocio al arrancar directamente el control de las cadenas sobre la información y el contenido” (Vivar Zurita y García García, 2008, p.213). También se vería afectada la narrativa tradicional de las ficciones, pues la interactividad provoca una estructura no lineal de la narrativa del contenido del programa (Costa Sánchez y Piñeiro Otero, 2013). Actualmente esto parece imposible. La televisión interactiva que se puede disfrutar a día de hoy tan solo permite

seleccionar el contenido, pero no influir en él. Por lo que como ya se ha dicho anteriormente, se trata de una interactividad teórica con los contenidos.

Hay algunos programas que sí que permiten cierto grado de interactividad, por ejemplo, *reality shows*<sup>41</sup> como *Gran Hermano* (Telecinco, 2000-actualidad) o *Supervivientes* (Telecinco, 2000-actualidad), en los que los espectadores pueden elegir a los concursantes que continúan o deben dejar el programa mediante un sistema de votaciones, ya sea telefónicamente, por una votación en Internet, o por el canal estipulado por cada programa. No obstante, hay autores que diferencian entre interactividad y participación de la audiencia. Jenkins (2008, p.138) marca esta diferencia refiriéndose a la interactividad como “las formas en las que se han diseñado las nuevas tecnologías para responder mejor a la reacción del consumidor”. Es algo controlado por los creadores de los contenidos, que pueden ofrecer una serie de opciones que el espectador decidirá utilizar o no. La participación, dice, “está menos controlada por los productores y más por los consumidores mediáticos” (Jenkins, 2008, p.139).

Heeter (1989) propone seis dimensiones vinculadas a esta modalidad de consumo, algunas de las cuales son aplicables en la NT:

1. Según la investigadora, la información no se entrega al usuario de forma gratuita, sino que éste debe buscarla y encontrarla para poder hacer uso de ella. Esto mismo sucede con la NT, en la cual los espectadores tienen que buscar la información y acceder a ella si les interesa. Eso sí, tiene que ser de fácil acceso.
2. La segunda dimensión hace referencia precisamente al esfuerzo que tienen que realizar los usuarios. Dentro de la comunicación digital interactiva, éstos “no están condenados a ser simples ‘receptores’ ni a ‘resistirse’ a los mensajes que emanan del centro” (Scolari, 2009a, p.121-122). Si se quiere obtener toda la información posible, es necesario

---

<sup>41</sup> Los *reality shows* son programas televisivos de no ficción definidos “como espectáculos de convivencia entre actores no profesionales que reaccionan de forma espontánea, intentando superar y sobrevivir a sus oponentes mediante una competencia permanente y expuestos ante la mirada de unas cámaras ubicadas de manera estratégica” (Perales Bazo, 2011, p.121).



esforzarse para obtenerla. Entra en consideración, pues, el lector implícito de Iser (1988), quien argumenta que “lo que está oculto estimula al lector a la acción, pero esta acción está también controlada por lo que está revelado; lo explícito, a su vez, se transforma cuando lo implícito se ha hecho visible” (Iser, 1988, p.31). La NT, o mejor dicho, quien se encargue de llevarla a cabo, debe conseguir que ese esfuerzo que realizan los espectadores por saber y conocer más de la historia sea el menor posible. La excepción reside en los juegos que formen parte del mundo narrativo, que por lo general requerirán un esfuerzo mayor por parte del usuario para obtener recompensas o lo que sea que aporte en cada caso.

3. La interactividad exige reciprocidad, es decir, una respuesta por parte del medio al usuario. Esto no tiene por qué aplicarse a la NT –excepto a los juegos o videojuegos– ya que lo único que busca el espectador es obtener más información sobre el mundo narrativo.
4. Las nuevas tecnologías permiten que exista un *feedback* entre el emisor y el receptor que les permite interactuar. Aunque no se trate de una característica obligatoria para considerar a un proyecto como transmedia, es también válido. Los creadores de los mundos transmediáticos pueden conocer las impresiones de sus espectadores gracias al uso que hacen éstos de las nuevas tecnologías, principalmente a través de plataformas como las redes sociales.
5. La quinta dimensión de la interactividad según la investigadora, pone de manifiesto la capacidad de los usuarios como proveedores de información –prosumidores y fenómeno fan–.
6. Por último, se refiere a la facilidad que ofrecen las nuevas tecnologías para incentivar la comunicación de todo tipo.

Esto hace pensar que la NT es un modelo de comunicación que se encuentra entre las viejas formas de comunicación –uno-a-muchos– y las nuevas –muchos-a-muchos–. Se podría considerar incluso que la NT es la transición entre los medios tradicionales y la interactividad, la cual se perfila

probablemente como la forma de comunicación del futuro, aunque ya se verá cómo evoluciona en cuanto a contenidos de televisión se refiere.

Queda claro, entonces, que la interactividad en la ficción aún se encuentra lejos. Pese a ello ya empiezan a aparecer intentos para poder llevarlo a cabo, como por ejemplo, un capítulo de VR creado para la NT de la serie EMDT, la primera en el mundo que lo hace<sup>42</sup>.

### 5.6.5. Remediación

Para los investigadores Jay Bolter y Peter Grusin, citados en Scolari (2009a, p.105) la remediación consiste en “la representación de un medio dentro de otro medio”, y se parece mucho a lo que se denomina “convergencia pero con otro nombre” (Scolari, 2009a, p.105). Por lo tanto se trata de una “característica definitoria de los nuevos medios digitales” (Bolter y Grusin, 2010), en la que un medio toma prestadas algunas características de otro usándolas en su beneficio (Alonso et al. 2016).

El gran medio remediador, o medio de medios de la actualidad, es Internet, que contiene dentro de sus redes todos los tipos de comunicación existentes. Bolter y Grusin, de nuevo citados en Scolari (2009a, p.106) argumentan lo siguiente:

“Hoy la web es ecléctica e inclusiva y sigue pidiendo prestados y remedando casi cualquier medio visual o verbal que conozcamos. Lo que cambia constantemente es el ratio de los medios que la web favorece en sus remedaciones; lo que permanece inalterable es la promesa de inmediatez a través de la flexibilidad y la vivacidad de las comunicaciones en la red de la web. La vivacidad de las web es una versión actualizada de la vivacidad de la televisión tradicional (Bolter y Grusin, 2000: 197)”.

La Web y la televisión se han unido creando una televisión social en la que existe una doble tendencia (Alonso et al. 2016), donde se aprecia cómo la

---

<sup>42</sup> Para conocer más sobre el capítulo de VR de la ficción EMDT, titulado ‘El tiempo en tus manos’, ir a la página 266, donde se analiza en profundidad en el contexto de la NT de la serie de televisión.

televisión lineal tradicional se “integra en otras plataformas y se disemina” (Alonso et al., 2016, p.181) favoreciendo la fragmentación de las audiencias y los formatos televisivos.

Además, la remediación es una estrategia de organización narrativa, no un proceso por el que los medios se convierten en algo para lo que no habían sido concebidos desde un inicio (Dena, 2009).

#### **5.6.6. Fenómeno intercomposicional y fenómeno intracomposicional transmedia**

Términos introducidos por Dena (2009) para diferenciar aquellas composiciones –cine, juegos, libros, etcétera– que se unen para crear una narrativa más compleja a través de diferentes textos –intercomposicional– de aquellas que integran diferentes medios en una misma historia –intracomposicional–.

Es decir, el fenómeno transmedia intercomposicional hace referencia a lo que en esta tesis y la mayoría de los autores define como NT. Cada trabajo –un libro, una serie, un cómic, etcétera– es una composición en sí misma. “Son obras por derecho propio. Pero se convierten en un fenómeno intercomposicional cuando son estudiadas en relación con el mundo de ficción, las relaciones entre las composiciones y el productor<sup>43</sup>” (Dena, 2009, p.104).

Por otro lado, el fenómeno intracomposicional transmedia es entendido por la autora como medios que integran diferentes textualidades en un mismo relato. Es lo mismo que define Ryan (2014) como medios multimedia, ya mencionados en este estudio. Esto también tiene mucho sentido gracias a los juegos de realidad alternativa, que combinan diferentes medios en un único

---

<sup>43</sup> Traducción propia del original de Dena (2009, p.104): “They are substantial works in their own right. But they become intercompositional phenomena when they are studied according to their fictional world, the relations between the compositions and the producer”.

relato. Por ejemplo, un juego de este tipo puede necesitar para su ejecución del uso de Internet, libros, vídeos, etcétera (Guerrero Pico, 2015). Integrando y combinando los diferentes medios se obtiene una única experiencia del mundo narrativo.

## **5.7. EXPANSIÓN NARRATIVA**

La NT es una técnica que “crea complejidad ampliando el espectro de posibilidades narrativas, en lugar de seguir una sola senda con un principio, un medio y un final” (Jenkins, 2008, p.124). Estas historias tan complejas, vistas desde el conjunto, hacen desaparecer las estructuras narratológicas tradicionales como la de los tres actos, ampliando las fronteras de los mundos narrativos.

Ya se han explicado cuáles son las características de este tipo de técnica narrativa, pero hay una que destaca ante todas ellas, que no es otra que la expansión de los mundos narrativos. Se trata de la característica principal y esencial con la que todo contenido debe contar para poder formar parte de la NT (Guerrero Pico, 2010), ya que es “una de las principales ventajas que aporta el transmedia frente a la narración convencional” (Piñeiro Otero y Costa Sánchez, 2012, p.424). En la NT “es necesario que el universo narrativo se expanda, coordinadamente, a lo largo de medios y plataformas distintos, que profundice en la historia [...]” (Rodríguez Ferrándiz et al., 2014, p.74)

Si se crea un proyecto transmedia, cada contenido que se genere siempre debe expandir el mundo narrativo reactivando “de alguna manera la tensión narrativa” (Rodríguez Ferrándiz, 2014, p.21) de la historia. Deben aportar nuevas informaciones que amplíen el conocimiento sobre la ficción que se desarrolla. Esta expansión puede darse en cualquier dirección –personajes, lugares, mayor información sobre tramas o sucesos, etcétera–, pero siempre aumentando y mostrando nuevos acontecimientos de la historia (Ryan, 2013). No debe repetir cosas que ya se han dado a conocer, la reiteración de

información puede llegar a aburrir a los espectadores y daría lugar a una adaptación<sup>44</sup>, no una expansión. Jenkins (2008, p.101) afirma que “la oferta de nuevos niveles de conocimiento y experiencia refresca la franquicia y mantiene la fidelidad del consumidor”.

La expansión no tiene por qué darse siempre de forma secuencial, puede ser también asincrónica (Jenkins, 2008; Scolari, 2008, 2009a y 2009c). Cualquier parte del relato se puede contar desde cualquier punto de vista, lugar, situación, etcétera. Lo importante es que el conjunto de los contenidos generen un puzle en el que al unir las piezas se muestre una visión total del mundo narrativo, sin fracturas en la historia entre unos contenidos y otros.

Cualquier medio, plataforma o ambiente –físico, real– puede ser utilizado como forma de expandir una NT. Las posibilidades son infinitas. Para Dena (2009) algunos proyectos transmedia construyen parte de su significado, cuentan parte de la historia, sobrepasando los medios. Crean representaciones teatrales –*El secreto de Puente Viejo* (Antena 3, 2011-actualidad)–, parques temáticos –como los de *Disney* o *Warner*–, juegos de realidad alternativa, etcétera. Esto será así siempre y cuando, como se está argumentando constantemente, aporte algo nuevo. Si no, estas interpretaciones de las historia se considerarán parte del universo transmedia, pero no de la NT.

Es importante recalcar que la expansión narrativa puede venir por dos vías diferentes: contenidos oficiales –canon– y contenidos no oficiales –fandom–. La diferencia entre ambos es muy sencilla:

- a) Los contenidos oficiales o canon son generados por las cadenas o productoras responsables de desarrollarlos. Son considerados canon –camino oficial que sigue la historia– del relato. Este tipo de contenidos

---

<sup>44</sup> Sánchez Noriega (2006, p.55-57) propone una tipología de adaptaciones de textos literarios y teatrales al cine. En ella diferencia distintos tipos de adaptación según su forma de plasmar en otro medio un texto ya existente: 1) de mayor a menor fidelidad al contenido; 2) la coherencia o no entre el discurso o estilo propio del relato; 3) equivalencia en la extensión; fidelidad literal; 4) propuesta estético cultural que subyace; 5) grabación de una representación; 6) recreación de una representación; 7) adaptación literal; y por último, 8) adaptación libre. Ninguno de estos supuestos provoca una expansión narrativa de la historia, no aportan nueva información. De esta forma, como se argumenta en el punto 5.8 del presente estudio –páginas 79-84–, la adaptación no se puede considerar parte de la NT.

también son denominados ‘top-down’ (Scolari et al. 2012b y Guerrero Pico, 2015). Van de arriba hacia abajo, desde el medio de difusión o emisión hasta la audiencia.

- b) Por su parte, los contenidos no oficiales o fandom son aquellos que han sido generados por los fans –prosumidores–, y no forman parte del canon. Éstos son llamados ‘bottom-up’ (Scolari et al. 2012b y Guerrero Pico, 2015). Van de abajo hacia arriba, al contrario de los anteriores.

### **5.7.1. Expansión frente a compresión**

Algunos autores como Scolari (2013a), Tur Viñes y Rodríguez Ferrándiz (2014) o Guerrero Pico (2015), hablan de la compresión narrativa como elemento del relato transmedia del mundo narrativo de ficción. “Las narrativas [...] no solo se expanden: también es posible encontrar textos –como avances o recapitulaciones– que comprimen el relato hasta dejarlo reducido a pocos minutos o caracteres. Estas piezas también forman parte del mundo narrativo transmedia” (Scolari, 2013a, p.159). Según el mismo autor, aunque no incorporen personajes ni nada nuevo, estos nanotextos permiten la entrada a los espectadores al mundo narrativo y pueden ser considerados parte de la NT (Scolari, 2013a). Guerrero Pico (2015, p.145) argumenta que:

“Aplicar estrategias de comprensión narrativa puede resultar de utilidad en productos o subgéneros, como el drama de personajes (y la telenovela), 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”.

Puede que este tipo de contenidos compresivos tengan su cabida dentro de algún mundo narrativo ajeno a la NT; ya sea dentro de la PT, MT, PDT, etcétera, o como paratextos dentro del gran universo transmedial. Pero dentro del mundo narrativo de la ficción sólo valen los elementos que expanden la historia (Long,

2007), y los compresivos no lo hacen. Valen como publicidad o marketing transmedia, para promocionarla y generar puntos de acceso para la misma. Son puertas que dan paso al universo transmedia (Montoya et al., 2013). Por ejemplo, este sería el caso de los tráiler, avances, recapitulaciones, etcétera.

Es cierto, tal y como expone Scolari (2013b), que si no se consideran estos textos como parte del transmedia de un mundo narrativo, se perderá una gran parte de contenidos que rondan la historia. Pero como ya se ha argumentado, hay que empezar a delimitar y diferenciar la NT de otros tipos de comunicación transmedia como el MT o PT. Hay una línea muy fina entre una y otra, eso está claro, pero existe. Y la forma con que se cuenta para saber a qué pertenece cada uno es observando si el mundo narrativo de ficción es expandido o no, mediante nuevos personajes, tramas, etcétera. Esto es aplicable tanto a los contenidos oficiales de las ficciones como a los generados por los usuarios.

Aquellos contenidos audiovisuales pertenecientes al universo transmedia que no expanden el relato, sino que lo comprimen y lo reducen a de forma clara son por ejemplo “los avances y falsos avances, recapitulaciones (*recaps*), vídeos sincronizados (*synchros*), etcétera” (Scolari, 2013a, p. 164). En ellos no aparecen nuevos personajes, tramas o lugares, pero según Scolari (Scolari, 2013a, p.164) aportan otras lecturas del mundo al que representan, y forman parte del universo transmedia. Eso parece claro, pero no han de formar parte de la NT del proyecto, pues no suponen nada nuevo para la historia narrativamente hablando. Se trata de textos que pueden servir para recordar a la audiencia los sucesos del relato en uno o varios medios (Scolari, Jiménez y Guerrero, 2012a y Scolari, 2013a), o para vender el producto y atraer nuevo público mediante tráiler y spots televisivos.

Estas compresiones narrativas no pueden considerarse NT, ya que no aportan nada nuevo. Son puertas que sirven de acceso al universo transmediático del proyecto, pero no forman parte del mismo. Sería como si la audiencia, en lugar de leerse un libro, se leyese sólo el resumen. Scolari et al. (2012a) defienden que la NT no sólo expande, sino que también comprime, lo cual choca totalmente

con una de las características esenciales de la NT, que es la expansión de los mundos narrativos mediante nuevas aportaciones, por lo que definitivamente, los contenidos compresivos formarán parte del universo transmedia pero no de su NT.

A su vez, es interesante la catalogación que realiza el mismo autor (Scolari 2013a, p.165-166 y 2013b, p.60) sobre las expansiones y compresiones narrativas pensando en términos retóricos. Entre ellas distingue la adición, la omisión, la transposición y la permutación:

- a) Adición: se refiere a la expansión narrativa, a la suma de nuevos contenidos. En ellos aparecerán nuevos personajes, tramas y espacios, mediante *spin-off*<sup>45</sup>, precuelas, secuelas (Scolari, 2013a), que harán referencia tanto a relatos del mismo mundo narrativo ya desarrollados en otros medios, o que serán totalmente novedosos y ampliarán aún más la historia. Darán a los espectadores nuevas visiones del mundo narrativo.
- b) Omisión: se trata de tomar prestadas partes de la historia para crear contenidos compresivos, tales como los avances y las recapitulaciones.
- c) Transposición: alteración del orden narrativo de la historia original, como sincronizaciones. Esto es presentar de manera cronológica los eventos que no se han mostrado de forma secuencial en el relato oficial. Scolari también denomina este fenómeno como secuencialización. Transposición es también “el pasaje de un texto a otro género, otro lenguaje u otro soporte –paso de la literatura al teatro, de la literatura al cómic, del cine al cómic, etcétera–” (Cuadros Contreras, 2008, p.248).
- d) Permutación: sustitución de unos elementos por otros, como falsos avances, *crossovers*<sup>46</sup>, parodias y adaptaciones. En estas formas textuales se produce “desde la sustitución de personajes, lugares y eventos en el plano narrativo hasta contaminaciones a nivel de discurso –por ejemplo, cuando se relata un evento de *Lost* utilizando *The Sims*<sup>47</sup> o figuras plásticas de Lego–” según Scolari (2013a, p. 166).

---

<sup>45</sup> Un *spin off* es un producto textual derivado de otro debido al éxito de este último. Tiene un hilo conductor que lo une al producto anterior, mediante, por ejemplo, un personaje.

<sup>46</sup> Tipología textual definida en la página 103 del presente trabajo.

<sup>47</sup> Videjuego de simulación social y estrategia distribuido por Electronic Arts desde el año 2000.



De todas estas formas narrativas que se exponen sólo puede considerarse a la adición –contenidos intersticiales (Scolari, 2013b) que suceden antes, después y en los huecos narrativos sin desarrollar que ofrece el relato– como forma de expansión narrativa, y por consiguiente, parte de la NT. Es la única que expande y aporta nueva información a la historia. En el caso de la permutación, mediante los *mashups* o *crossovers*, sí que se puede encontrar nueva información. Pero al consistir en la unión de dos mundos pertenecientes a universos narrativos distintos, no se deberían considerar como parte de la NT de alguno de esos dos mundos, sino como un universo independiente que toma elementos de unas y otras ficciones diferentes (Hills, 2015). Esto responde en muchas ocasiones a fines comerciales o de marketing transmedia, como por ejemplo los *crossovers* creados entre la franquicia *Lego*<sup>48</sup> y películas o series como *El Señor de los Anillos* o *Doctor Who* (BBC, 1963-1989 y 2005-actualidad).

### 5.7.2. Estrategias de expansión narrativa

Las estrategias expansivas pueden darse a diferentes niveles narrativos: las hay basadas en el tiempo como elipsis, huecos vacíos –historias intersticiales–, anaelipsis o prolepsis; se pueden encontrar también en el espacio, en lugares donde sucede la acción; mediante la creación de nuevos personajes o profundización en los ya conocidos; en precuelas, secuelas y *spin off*; o creación de paratextos paródicos. Éstos últimos, al tratarse de representaciones cómicas de acontecimientos de la historia, son más una adaptación de la misma que una expansión, por lo que no debería ser considerada parte de la NT. No obstante, la parodia es lo más usado por los prosumidores y es “una potente herramienta para expandir los bordes del mundo narrativo<sup>49</sup>” (Scolari, 2013b, p.59). Es decir, otro punto de acceso al mundo narrativo.

---

<sup>48</sup> *Lego* es una empresa danesa que fabrica bloques de plástico con los que se puede construir casi cualquier cosa. Esta empresa decidió crear una imagen de marca expandiendo el negocio creando parques temáticos, videojuegos y series y películas. Destacan productos como la película *The Lego Movie* (Warner Bros, 2014) o el videojuego *Lego Star Wars: El Despertar de la Fuerza* (Warner Bros. Interactive Entertainment, 2016). De esta forma ha conseguido crear un universo transmedia amplísimo.

<sup>49</sup> Traducción propia del original de Scolari (2013b, p.59): “A powerful tool for expanding the borders of a narrative world”.

En muchas ocasiones, en las historias transmediáticas aparecerán los mismos personajes en diferentes medios, los cuales “no necesitan tanto una presentación como una reintroducción, pues ya se conocen por otras fuentes” (Jenkins, 2008, p.125). Puede suceder lo mismo con lugares o tramas que no hará falta presentar, sino reintroducir. En cuanto al momento en el que sucede la acción, deberá dejarse bien claro cuándo sucede la misma, pues puede que a la vez estén teniendo lugar otros acontecimientos de la historia ya representados en otro medio. Es decir, historias paralelas.

Aquellos espectadores que hayan consumido otras historias a través de otros medios sabrán de qué trata, quién aparece o cuándo sucede la parte de la historia que están consumiendo, mientras que otros los conocerán a través por un medio diferente. Además, el hecho de reintroducir personajes, situaciones pasadas –o futuras–, lugares, etcétera, crea en el espectador la conciencia de que tiene información adicional que otros no tienen. Conoce algo que en ese medio no aparece pero se hace referencia de ello, de una forma más o menos explícita. Ya tiene una opinión sobre lo que sucede, y esto le transmite unos valores o sensaciones. De esta forma se crea un sentimiento de involucración en la historia por parte del público que genera mayor fidelidad. La NT crea mundos complejos y hace que los espectadores sientan más afinidad por las historias hagan uso de esta técnica narrativa. La NT ofrece un mayor nivel de inmersión narrativo que cualquier otra técnica para contar historias. De nuevo, Jenkins (2008, p.126) ilustra esto con un ejemplo sacado de la franquicia de *The Matrix*:

“Al emplear la iconografía de los videojuegos, las películas de Matrix producen una implicación más intensa e inmediata con los espectadores que entran en el cine sabiendo quiénes son y qué pueden hacer esos personajes. Conforme avanza la película, vamos profundizando en el conocimiento de los personajes, averiguando más datos sobre su pasado y su motivación, y continuamos buscando elementos adicionales a través de otros medios cuando salimos del cine”.

Hay que aclarar que no hay que obligar al espectador a consumir las historias de todos los medios, ya que esto haría perder consumidores que no quieren

gastar mucho tiempo en conocer todo lo habido y por haber de un mundo narrativo. “La clave estriba en que la profundidad debe seguir siendo una opción, que a veces escogen los lectores, y no la única manera de gozar de las franquicias mediáticas” (Jenkins, 2008, p.135). Tienen que tener la capacidad de elegir si quieren saber más, o no. Por ello es importante que cada medio sea independiente, existiendo siempre relación del resto. Si una parte de la audiencia sólo lee cómics, no sería bueno obligarles a tener que ver una película, leerse tres libros o ver seis temporadas de una serie para que entiendan la historia.

En definitiva, ¿qué técnicas narrativas existen para expandir los mundos narrativos en una NT? Las respuestas pueden ser infinitas, pues cada medio que cuente algo nuevo acerca de un mundo narrativo, estará expandiendo el mismo, formando así parte de su NT. Por su lado, los contenidos compresivos no aportan nada nuevo, sino que reinciden en contenidos ya existentes. Lo redundante no interesa de cara al avance de una historia de ficción (Long, 2007). Por ello no pueden ser considerados parte de la NT (Smith, 2009), pero sí que podrían serlo, por ejemplo, del mundo narrativo de la PT, o de cualquier otro, de un proyecto. Esto dependerá del tipo de contenidos que admita como transmedia cada tipo de comunicación.

La expansión genera complejidad en el mundo narrativo, y para conseguirlo, Piñeiro Otero y Costa Sánchez (2012, p.424) argumentan que es necesaria la creación de un mundo “que merezca la pena ser descubierto y en el que existan múltiples historias que contar, de entre las cuales se priorizarán una serie de tramas argumentales”. Tal y como dice Long (2007, p.14), cada medio que forma parte de una NT, “ofrece un valor que incrementa la contribución a una sola historia masiva<sup>50</sup>”. Esto es, sin duda, esencial para el buen funcionamiento de una NT.

---

<sup>50</sup> Traducción propia del original de Long (2007, p.14): “offered increased value as a contribution to a single massive story”.

Por lo tanto, a continuación se expone a modo de esquema una tabla con las posibles estrategias de expansión narrativas para un proyecto transmedia:

<b>ESTRATEGIAS DE EXPANSIÓN NARRATIVA TRANSMEDIA</b>	
<b>BASADAS EN EL TIEMPO</b>	Precuelas
	Secuelas
	Paraelipsis
	Elipsis
	Anaelipsis
	Prolepsis
	Historias intersticiales
<b>BASADAS EN EL ESPACIO</b>	Nuevas localizaciones
	Profundización en las localizaciones
<b>BASADAS EN LOS PERSONAJES</b>	Nuevos personajes
	Profundización en los personajes
<b>BASADAS EN LA ACCIÓN</b>	Nuevas tramas
	Profundización en las tramas

*Tabla 1* de elaboración propia. Estrategias de expansión narrativa transmedia.

En las estrategias basadas en el tiempo los contenidos mostrarían partes de la historia que suceden en momentos diferentes a los que acontecen en las partes del relato ya desarrolladas. Entre estas formas de expandir el relato se encuentran las siguientes:

- a) Precuelas: son textualidades que pese a ser creadas después de su referente original, sitúan la historia en un momento cronológicamente anterior a éste (Gómez y Bort, 2009).

- b) Secuelas: son textos que ubican la historia en un momento cronológicamente posterior a su texto de referencia.
- c) Paraelipsis: elementos que son deliberadamente pasados por alto. Pueden ser objeto de nuevas expansiones narrativas.
- d) Elipsis: se trata de un salto temporal –y en ocasiones también espacial– de la trama argumental de un texto, ya que no es necesario para la comprensión global de la historia. Se trata, pues, de “la omisión o supresión temporal de elementos de la historia inscritos en el discurso, es decir la eliminación durativa en pantalla de algo que sucede a nivel del tiempo real del contenido” (Rajas y Sierra, 2010, p.18).
- e) Anaelipsis: también conocido como *flashback* en su denominación inglesa, es un salto narrativo al pasado que se utiliza para contar sucesos que no han sido expuestos hasta ese momento.
- f) Prolepsis: también conocido como *flashforward* en su denominación inglesa, es un salto narrativo al futuro de los acontecimientos que están sucediendo en el relato. Un adelanto de lo que va a suceder en el futuro de la historia.
- g) Historias intersticiales: son huecos que han quedado vacíos a lo largo del desarrollo de la historia del mundo narrativo. Por ejemplo, los espacios vacíos que quedan entre dos temporadas o dos capítulos de una serie de televisión.

Las estrategias basadas en el espacio o lugar responden a contenidos que se desarrollan en lugares diferentes a los que ya se conocen del mundo narrativo. Por lo tanto, hay dos formas de ampliar el conocimiento de las localizaciones del mundo narrativo:

- a) Mediante nuevas localizaciones: aparición de nuevas localizaciones de las que no se tenía constancia hasta el momento, o que tan solo habían sido nombradas pero no mostradas o definidas.
- b) Mediante la profundización en las localizaciones ya existentes: se trata de la ampliación del conocimiento que se tiene acerca de lugares que ya han formado parte de la historia en algún momento.

Las estrategias basadas en los personajes conceden la posibilidad ampliar los límites de los relato mediante:

- a) Nuevos personajes: aparición de personajes que no han sido introducidos con anterioridad.
- b) Profundización en los personajes ya existentes: se trata de ampliar la información –sobre su historia personal, sus pensamientos, etcétera– acerca de determinados personajes de la historia.

Por último, las estrategias basadas en la acción son las encargadas de dotar a los mundos narrativos de nuevos acontecimientos o profundización en los ya existentes. Existen dos formas de expandir la historia:

- a) Nuevas tramas: aparición de nuevas partes de la historia que no han sido tratadas con anterioridad.
- b) Profundización en las tramas ya existentes: consiste en dotar de mayor información a distintos sucesos de la historia narrada.

Por su lado, cada contenido puede contar con más de una de estas técnicas de expansión narrativa, es decir, no son excluyentes. De esta forma, cuantas más técnicas expansivas se utilicen, mayor riqueza narrativa se aportará al mundo narrativo. Podría ser el caso, por ejemplo, de un *spin off*, donde aparecen nuevos personajes, tramas, lugares y cronologías.

## **5.8. LA ADAPTACIÓN**

La adaptación constituye una interesante relación entre diferentes medios, suponiendo una trasposición de contenidos de uno a otro. Es una recodificación de una historia para pasarla de un lenguaje a otro. Reproduce una narrativa original en un medio diferente y con cambios mínimos, por lo que es esencialmente redundante al trabajo original (Jenkins, 2010b) en el ámbito de la NT.

Para Sánchez Noriega (2006) existen distintas razones por las que una obra es adaptada a otro medio: a) debido a la necesidad de historias, b) garantía de éxito comercial, c) el acceso al conocimiento histórico –las novelas históricas representan de forma fidedigna la cultura y sociedad de una época, evitando así la dificultad que tiene crear un nuevo texto original–, d) la recreación de mitos y obras emblemáticas, e) el prestigio artístico y cultural que supone adaptar obras emblemáticas de autores clásicos o contemporáneos y, f) debido a la labor divulgadora –para potenciar el conocimiento de la obra literaria–.

Desde el punto de vista del productor se trata de una oportunidad de obtener mayor rentabilidad con una historia, haciendo que los consumidores tengan la oportunidad de ver plasmadas las historias a través de otras formas de expresión, gracias a las diferentes técnicas narrativas que proveen los distintos medios, pese a que se trate siempre del mismo contenido narrativo.

Entonces, ¿puede una adaptación ser considerada parte de una NT? Como ya se ha visto en puntos anteriores, en el desarrollo de las características de esta técnica narrativa aportadas por Jeff Gómez (PGA New Media Council, 2007), éste argumenta que ha de generar contenidos originales y diferenciados, cosa que la adaptación no proporciona. De esta forma, rechaza totalmente que una adaptación pueda formar parte de un mundo transmedia de ficción. Por su lado, Scolari (2013a, p.47) explica que “uno de los rasgos distintivos de las NT es precisamente la expansión del relato [...] En este contexto las adaptaciones no aportarían nada nuevo al mundo narrativo [...] deberían ser excluidas de las NT”. En un proyecto transmedia la estrategia fundamental es la expansión del relato a través de diferentes medios y lenguajes. Para ello deben aparecer nuevos personajes, tramas, etcétera (Scolari, 2013a). Tiene que aportar nueva información al conjunto del mundo narrativo. El mismo autor argumenta además que “las NT son una particular forma narrativa que se expande a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etcétera) y medios [...] no son simplemente una adaptación de un lenguaje a

otro<sup>51</sup>” (Scolari, 2009b, p.587). Se trata, pues, de una estrategia que crea un amplio mundo narrativo utilizando diferentes medios. Smith (2009, p.25) considera también que “en la NT, cada texto se muestra como un componente diferente de una línea temporal narrativa más grande<sup>52</sup>”. De todas maneras, parece más certero “hablar de una red de personajes y situaciones que conforman un mundo” (Scolari, 2013a, p.25). No se trata de una historia, sino de la historia de un mundo narrativo de ficción.

Una adaptación no aporta ni expande la historia, simplemente la traslada de un medio a otro. Por lo tanto, siguiendo las exposiciones de estos autores, la adaptación no forma parte de la NT. No obstante, sí que podría ejercer de medio estrella, tal y como se ha explicado anteriormente, ya que dos medios diferentes pueden ejercer como tal considerando a la NT de un proyecto como binario – dos medios estrella–. Los contenidos generados para ese mundo narrativo orbitarían alrededor de dos medios diferentes que cuentan la misma historia y son seguidos por una gran audiencia.

En algunas adaptaciones los guionistas se permiten ciertas licencias creativas, sumando partes y personajes nuevas al relato. Esto podría generar un debate acerca de si, debido a esos nuevos aportes, se podría considerar alguna adaptación como parte de la NT. No obstante, estas adiciones que tienen lugar en ciertas adaptaciones, no son lo suficientemente importantes como para poder considerarlas contenidos diferentes u originales. Para que esto sucediese debería producirse un cambio en las tramas bastante evidente. Por lo que seguiría sin poder considerarse NT, ya que en el momento en que se desvirtúa el texto original, se sale del canon oficial. Además, tal y como afirma Jenkins (2003), “la audiencia quiere que se le ofrezca nueva información acerca de los personajes y nuevas experiencias del mundo de ficción<sup>53</sup>”. Las adaptaciones no

---

<sup>51</sup> Traducción propia del original de Scolari (2009b, p.587): “TS is a particular narrative structure that expands through both different languages (verbal, iconic, etcétera) and media (cinema, comics, television, video games, etcétera) TS is not just an adaptation from one media to another”.

<sup>52</sup> Traducción propia del original de Smith (2009, p.25): “In transmedia storytelling, each text stands as a distinct component of some larger narrative timeline”.

<sup>53</sup> Traducción propia del original de Jenkins (2003): “Audiences want the new work to offer new insights into the characters and new experiences of the fictional world”.



expanden el conocimiento sobre el mundo narrativo de ficción (Jenkins, 2009), sino que cuentan lo mismo que ya se ha narrado pero usando diferentes técnicas, ya que se representa en otro medio. Long (2007) es de la misma opinión, volver a contar la misma historia en un medio diferente no significa que sea transmedia. Lo que diferencia, entre otras cosas, a un contenido transmedia de una adaptación es la distinción con respecto al resto de relatos esparcidos en otros medios.

En ocasiones, las adaptaciones generan problemas ya que no son exactamente fieles a la historia que están reinterpretando en otro medio. Se introducen personajes, tramas o lugares que no se corresponden con la historia previamente narrada, y esto genera confusión y enfado entre los fans. Por ejemplo, en la película de Peter Jackson *El Señor de los Anillos: Las Dos Torres* (New Line Cinema, 2002), la cual es una adaptación del libro de J.R.R. Tolkien, se observa una secuencia en la que se introducen unos personaje que en el libro no estaban<sup>54</sup>.

La adaptación, en muchas ocasiones, supone problemas ya que muchos contenidos no pueden ser narrados en un medio diferente por unas razones o por otras –principalmente económicas y técnicas–. No es lo mismo, por ejemplo, describir una batalla multitudinaria en un libro que en una película. Los costes en ambos casos son incomparables. Además, las opciones narrativas en cada medio difieren bastante.

Debido a las diferentes opciones y capacidades de cada medio, una adaptación nunca va a ser igual en uno o en otro, pero si debe basarse en una premisa fundamental: una adaptación ha de ser fiel al espíritu original de la historia. Es necesario encontrar soluciones narrativas que mantengan este espíritu con el menor cambio posible en la historia.

---

<sup>54</sup> Esto sucede durante la batalla del abismo de *Helm*, en una secuencia en la que aparecen personajes que en el libro original no aparecían. Se trata de una licencia artística que se permiten los productores o el director de la película. Pero hay que tener mucho cuidado con este tipo de aportaciones, ya que pueden cambiar el sentido de alguna parte del canon oficial del mundo narrativo.

Pese a lo que se acaba de argumentar, Scolari (2013a, p.49) argumenta que:

“Nos conviene ser menos restrictivos a la hora de hablar de las NT. Una concepción demasiado cerrada del *transmedia storytelling* puede llevarnos a dejarnos fuera piezas importantes de un universo narrativo. El propio Jenkins apoya esta visión [...] “toda buena adaptación contribuye con nuevos puntos de vista a nuestra comprensión de la obra, y realiza adiciones o sustracciones que remodelan la historia de forma significativa”. Dicho en otros términos: podría decirse que hasta la adaptación más lineal siempre incluirá una mirada nueva a un personaje o algún elemento que enriquezca un mundo narrativo”.

Siguiendo esta corriente, Dena (2009) también acepta la adaptación como parte de la NT, porque a) deriva la historia a otro medio y b) la reinterpreta – igual que un *remix* de una canción–, considerando que “los *remix* no son realmente redundantes<sup>55</sup>” (Dena, 2009, p.147). Estos autores permiten que casi cualquier contenido pueda ser considerado parte del mundo narrativo de ficción. Es cierto que forman parte del universo transmedia de un proyecto, pero como ya se ha dicho, no todo puede formar parte de la NT. Consideran que hay que ser más permisivos, cuando lo que realmente necesita este tipo de estrategia narrativa es que sea acotada lo máximo posible, para que de esta manera no puedan existir tantos contenidos que no aporten ni ofrezcan nada nuevo. Una adaptación no aporta nada novedoso, y en el caso de que lo haga, sería tan escaso –dentro de un contenido más amplio– que no puede ser considerada como parte de la NT.

Scolari (2013a, p.49) explica que “todas las adaptaciones presentan reflejos diversos, incluyen algún aroma nuevo y dejan un regustillo diferente al original”. Esto es lógico porque se está adaptando una historia de un medio a otro, y cada uno cuenta con una serie de características propias que lo hacen diferente al resto. Si no, no existiría la adaptación. Si ésta fuese considerada parte de la NT, se estaría dando mayor importancia a la dispersión de los medios que a la historia, la cual es esencial para que la NT fluya y sea capaz de

---

<sup>55</sup> Traducción propia del original de Dena (2009, p.147): “Remixes are certainly not redundant”.

generar nuevos contenidos. La historia debe avanzar, nunca ser redundante y estancarse.

Desde el punto de vista empresarial, Scolari (2013a) defiende que para los grandes estudios, tanto las adaptaciones como la NT comparten un mismo objetivo, que no es otro que sacar mayor beneficio del que un solo medio puede proporcionar. Desde el punto de vista del productor la cuestión siempre es ganar dinero, como es lógico. Pero esto, por su parte, puede jugar en contra de esta estrategia de dispersión de la historia a través de los medios, pues se atienden primero los motivos económicos dejando muchas veces de lado la historia.

Tras esto, se puede asegurar que una adaptación no forma parte de la NT como un nuevo medio original e individual. No se trata de un mero traslado de un relato de un medio a otro (Rodríguez Ferrándiz, 2014), sino que un proyecto transmedia es una creación narrativa diferente a la adaptación (Beddows, 2012). Esto supone que todo contenido ha de ser distinto al resto, expandiendo el relato en diferentes direcciones, y la adaptación no cumple estas funciones.

## 6. WEB 2.0

En 1999, Dinucci acuñó el término de Web 2.0, pero fue Tim O'Reilly en el año 2005 quien le dio mayor repercusión. El paso de la Web 1.0 –estática– a la Web 2.0 –colaborativa– supuso un avance sin precedentes, ya que ahora los usuarios pueden realizar una gran cantidad de tareas. Supone una gran evolución de los nuevos medios en comparación con los tradicionales (Daugherty et al., 2008). La Web 2.0 supone un cambio en los paradigmas comunicativos. Hace posible que la comunicación pase a ser horizontal y no vertical, permitiendo que todos los implicados en los mensajes estén conectados y puedan participar del proceso. Además de ser una plataforma comunicativa, abarca todos los tipos de comunicación conocidos: vídeo, audio, texto, videojuegos, imágenes fijas, etcétera. Gracias a esta plataforma de comunicación se ha visto cumplida “la premisa de Toffler, mediante la consolidación de nuevas estructuras narrativas y estrategias sociocomunicativas basadas en la difusión de contenidos generados por la comunidad de internautas” (Fernández Castrillo, 2013, p.56).

La principal propiedad de Internet es su universalidad (Berners-Lee, Hendler y Lassila, 2001). Es el gran medio dentro de la convergencia mediática, debido sobre todo a la evolución de la Web 1.0 a la Web 2.0. De una red de simple consulta en información –Web 1.0–, a otra en la que se confiere mayor importancia a la participación de los usuarios –Web 2.0– (Costa Sánchez y Piñeiro Otero, 2012b). Ésta última es una plataforma primordial para la difusión de los contenidos, permitiendo que producciones de toda clase tengan mayor visibilidad, “dando espacio a diversos grupos minoritarios para contar sus propias historias o cuestionar representaciones hegemónicas de su cultura” (Roig, 2009, p.92). Es un paisaje donde los usuarios tienen más control de su propia experiencia e influencia (Funk, 2009), una plataforma donde los contenidos principales están desarrollados por colectivos de personas y no por programas de ordenador (Berners-Lee et al., 2001).

La Web 2.0 es el mayor escaparate de contenidos del mundo, un gran almacén en el que éstos confluyen con la tecnología (Vaca Berdayes, 2015), y sus rasgos principales son “la interactividad, la *hipertextualidad* y la *multimedialidad*” (Rubira García, 2012, p.241). Ofrece nuevas formas de comunicación e interacción entre contenidos y usuarios, así como la creación de nuevos lenguajes y formas de comunicación (Funk, 2009 y Cabezuelo Lorenzo, 2013).

La Web 2.0 promulga la cultura participativa mediante la publicación y edición de contenidos compartidos entre usuarios (Gómes Franco e Silva, 2012), es la plataforma en la que mejor se representa la cultura participativa definida por Pierre Lèvy (2004). Existen grandes diferencias entre lo que representaba la antigua Web 1.0 y la actual Web 2.0. En la siguiente tabla se muestra la evolución de estas plataformas de Internet:

Web 1.0	Web 2.0
<b>Paradigmas</b>	
Uno-a-muchos.	Muchos-a-muchos.
Publicar.	Participar.
<b>Contenidos</b>	
Contenidos iguales para todos los usuarios.	Contenidos personalizados para cada usuario.
Información aislada en sitios webs.	Contenidos interconectados (RSS) por medio de <i>tags</i> .
Producción individual/institucional.	Producción colectiva.
Valor de la información.	Valor de la interconexión (sindicación)
<b>Usos</b>	
Usuario lee y navega.	Usuario lee, navega y produce información.
Webs estáticas.	Webs dinámicas.
Interconexión usuarios/información.	Interconexión usuarios/información/objetos/procesos.
<b>Infraestructura</b>	
Directorios (taxonomías a cargo del productor).	<i>Tagging</i> a cargo del usuario ( <i>folksonomy</i> ).
Extracción de datos de programas ( <i>screen scraping</i> ).	Servicios web.
Cliente-servidor.	Entre pares (P2P).
<b>Géneros o tipos de webs</b>	
Sitios "vidriera".	Aplicaciones web.
Sistemas de gestión de contenidos.	Wikis.
Webs personales.	Blogs.
<b>Modelos de negocios</b>	
Tiempo de permanencia de los usuarios en un sitio( <i>stickness</i> ).	Sindicación de contenidos.
Especulación con los dominios.	Optimización en motores de búsqueda.
Descargas de página ( <i>page views</i> ).	Coste por clic.
<b>Ejemplos</b>	
DoubleClick	Google AdSense
Ofoto	Flickr
Akami	BitTorrent
mp3.com	Napster
Britannica en línea	Wikipedia.

Tabla 2. En ella se muestra la contraposición entre la web 1.0 y la web 2.0. Obtenida en Solari (2009a, p.195), quien la realizó a partir de O'Reilly (2005) añadiendo sus propias aportaciones.

Como se puede comprobar en la tabla anterior, la Web 2.0 se muestra mucho más interactiva que la Web 1.0. La evolución que ha sufrido Internet en los últimos años es enorme. La Web 2.0 ha dado un salto cualitativo en cuanto a la facilidad de acceso y de participación de los usuarios. Es más, podría incluso

considerarse que esta plataforma comunicativa se basa precisamente en ello. Todas las aplicaciones y páginas web que se crean para ella promueven la participación y el intercambio entre los usuarios.

La Web 2.0, aplicada a la nueva era de la televisión, demuestra que Internet “está diseñado para ser discutido, diseccionado, debatido, predicho y criticado” (Jenkins, 2008, p.35). Las autoras Costa Sánchez y Piñeiro Otero (2013, p.9) indican que “la comunicación en el contexto actual no se entendería sin las posibilidades de la web 2.0”. Prácticamente todos los medios se apoyan en ella para distribuir contenidos e información, y la televisión no podía obviar las oportunidades que ofrece. Ésta usa todos aquellos recursos que ofrece la Web 2.0, para de esta manera “fidelizar al espectador más allá de la pequeña pantalla y a explotar al máximo la inversión económica realizada” (Lacalle, 2013, p.174), y a su vez la televisión proporciona contenidos a la Web. La relación que mantienen la Web 2.0 y la televisión “constituye la mayor aproximación a la retroalimentación de los procesos comunicativos de los medios realizada hasta el momento” (Lacalle, 2011, p.89). Ambos están en permanente contacto estrechando los lazos que los separaban, apoyándose entre ellos consiguiendo en algunos casos que las diferencias entre un medio y otro sean imperceptibles. Con una estrategia bien desarrollada y en conjunto de ambos medios, se pueden conseguir grandes resultados.

Las cadenas de televisión cada vez tienen más presencia en la Web 2.0, para así poder obtener un *feedback* de su audiencia en tiempo real. Esta plataforma comunicativa, que ha revolucionado tanto los sistemas de comunicación actuales como sus contenidos, es un lugar en el que hay que tener presencia para poder llegar al mayor público posible. Todas las cadenas de televisión cuentan con espacios dedicados a su programación, en los que se proporciona información sobre personajes de series, fotografías inéditas, blogs, foros, emisiones en directo en *streaming* y demás tipos de contenidos relacionados con sus programas (Lacalle, 2011).

Por su parte, navegar por la Web, al igual que el consumo de la hipertelevisión, “genera prácticas de fruición asincrónicas” (Scolari, 2009a, p.247). Los usuarios que accedan a los contenidos a través de ella lo podrán hacer en el orden que deseen y cuando deseen. El acceso a los mismos es ilimitado, pudiendo ser simplemente consultados, compartidos o modificados. Pero siempre primando la interactividad con otros usuarios.

### **6.1. REDES SOCIALES**

Una parte muy importante de la Web 2.0 son las redes sociales, las cuales suponen el máximo desarrollo del usuario participativo hasta la fecha. Son comunidades virtuales en las que los usuarios se ‘reúnen’ y entablan relaciones comunicativas *online*. A través de las redes sociales se puede compartir, comentar, publicar, etcétera, todo tipo de información. Son el máximo exponente de lo que supone la Web 2.0 en el ámbito de la comunicación. En ellas los usuarios con las mismas necesidades y problemáticas se unen (Cabezuelo Lorenzo, 2013) creando comunidades y potenciando la participación.

Costa Sánchez y Piñeiro Otero (2013) proponen una serie de características definitorias de las redes sociales:

- a) Creación de comunidad: esta se produce por “medio de la conexión de usuarios que interactúan, dialogan y aportan comunicación y conocimiento” (Costa Sánchez y Piñeiro Otero, 2013, p.49).
- b) Tecnología flexible: los actuales avances tecnológicos permiten un adecuado intercambio de información, que puede producirse en cualquier momento y en cualquier lugar.
- c) Arquitectura modular de las aplicaciones y sitios web: esto supone la optimización de los espacios en los que se encuentran las redes sociales, así como de sí mismas. Se adaptan rápida y fácilmente a cualquier cambio al que se les someta, ya sea tecnológico o de concepto.



Debido al potencial comunicativo de las redes sociales, “parece imprescindible que las televisiones, al igual que sus programas de mayor audiencia, garanticen la presencia en estas plataformas *online* con el fin de acercarse a su público de manera horizontal” (Gómes Franco e Silva, 2012, p.275). Suponen otro punto de entrada a los programas televisivos, y a su vez, permiten establecer contacto directo entre la cadena emisora del programa y su audiencia.

Pese a su vocación universal, las redes sociales “han contribuido a crear proximidad con los usuarios, y se han convertido en instrumentos de acercamiento” (Chomón Serna, 2015) que deben ser aprovechados por los diferentes contenidos televisivos. Para generar esta cercanía las cadenas de televisión producen espacios exclusivos en las redes sociales donde la audiencia puede acceder a diferentes contenidos e información acerca de los programas, creando comunidades *online* de seguidores.

La información que se publica en las redes sociales pertenece al universo transmedia de los programas, pero hay que diferenciar a qué mundo narrativo pertenece cada uno. Al igual que con los medios que forman parte de la NT, cada red social hará lo que se le da mejor, aportando contenidos de un tipo o de otro dependiendo de sus características propias. No es lo mismo, por ejemplo, publicar contenidos en la red social *Instagram* –red social para compartir fotografías– que en *Twitter* –red social de información en tiempo real con un máximo de 140 caracteres–. Sus características y posibilidades son diferentes, y han de ser utilizadas y aprovechadas.

En el caso de la ficción televisiva, y más concretamente en lo referente a la NT –canon oficial–, estas comunidades deben ayudar a los espectadores a comprender mejor la historia, a conocer mejor a los personajes, descubrir detalles o elementos que no se ven o aprecian en la emisión por televisión, etcétera. Pero siempre, y esto es esencial, se debe crear contenido diferenciado y original. Esto es esencial, ya que añade nueva información a la ficción, y todo lo que se aporte a la historia o personajes hará crecer el conocimiento de los

espectadores sobre el mundo narrativo. Éstos, a su vez, serán quienes creen afinidades o antipatías acerca de la historia. Pero no hay que olvidar nunca que la actitud de los espectadores/usuarios frente a las redes sociales es de ocio (R. Domínguez Cáceres, entrevista personal, 6 de septiembre de 2016), por lo que los contenidos que se creen para ellas han de ir en esa dirección.

Por supuesto, el objetivo ha de ser la creación de mensajes bidireccionales buscando la respuesta –el *feedback*– de los espectadores. “Toda empresa debe pensarse dos veces su posible incorporación a las redes sociales y ser conscientes de que si participan en ellas lo deben hacer como creadoras de contenidos nuevos y creativos. El contenido es el eje del futuro éxito” (Crespo Sánchez et al., 2012, p.211). Las redes sociales son una plataforma de comunicación diferente a lo existía hasta su irrupción, y hay que aprender a utilizarlas para que formen parte de la narración de las historias de ficción.

Además, las redes sociales permiten la creación de grupos de fans donde intercambian impresiones, se genera debate, se comparten contenidos generados por los usuarios, etc. Son comunidades que nacen ajenas a las cadenas y productoras, y es el lugar principal donde los fans se ‘reúnen’.

Como dice Jenkins (2008, p.139), “la red ha traído al primer plano ese estrato oculto de actividad cultural, obligando a las industrias mediáticas a afrontar sus implicaciones para sus intereses comerciales”. Es decir, “en la llamada web 2.0 las redes colaborativas de usuarios pasan a la primera línea” (Scolari, 2009a, p.248). El consumidor abandona la pasividad para tomar una posición más activa, generando actividad en las redes y en algunas ocasiones, creando contenidos sobre sus temas preferidos, y compartiéndolos a través de estas redes. De esta forma el usuario pasa a ocupar una posición importante en el proceso de comunicación.

La red informática ha hecho que los usuarios puedan recibir mucha más información generando sus propias deducciones sobre la misma. Esto permite que estén mucho más informados y produzcan sus propias interpretaciones,

compartiéndolas y debatiéndolas. El enriquecimiento cultural y de contenidos que esto supone es altamente provechoso tanto para los emisores como para los receptores, ya que ambos obtienen información de primera mano de lo que sucede alrededor y dentro de la propia producción.

La comunicación se vuelve mucho más horizontal, propiciando el paso de una comunicación de uno-a-muchos a una comunicación de muchos-a-muchos. Las cadenas de televisión y las productoras no tienen el control absoluto de todos los contenidos que circulan sobre sus programas. La audiencia, gracias a las redes sociales, hace que estos contenidos lleguen a gran cantidad de individuos que no tendrían conocimiento de ellos si no fuese por la existencia de: 1) las redes sociales, y 2) usuarios activos que mantienen vivos los productos culturales.

Es importante considerar la relevancia tanto de la Web 2.0 como de las redes sociales, ya que parece que el futuro de la comunicación va a seguir por estos derroteros. Los considerados nativos digitales<sup>56</sup> están acostumbrados a vivir con ellas, y las van a exigir tanto para su vida diaria como para establecer relaciones con los contenidos televisivos o de cualquier otro medio. Tal y como afirma Cabezuelo Lorenzo (2013, p.124), “las redes sociales se han convertido en un espacio de primera magnitud y son especialmente usadas de forma masiva por los más jóvenes, los nativos digitales, cuyas relaciones sociales giran en torno a las redes sociales”.

En definitiva, la Web 2.0 consigue que la producción de contenidos no pertenezca únicamente a los canales tradicionales. Los avances de los medios digitales y su facilidad de acceso hacen posible que los usuarios sean creadores multimedia en potencia (Costa Sánchez y Piñeiro Otero, 2013 y González Esteban y García Avilés, 2012). La Web 2.0 es un poderoso canal de distribución

---

<sup>56</sup> Los nativos digitales son aquellas personas que han nacido a partir de los años 90, por lo que siempre han convivido con las nuevas tecnologías. Su comprensión de los procesos de información es diferente: más rápido, son multitarea –capaces de utilizar a la vez diferentes soportes y medios– y su acceso a la información es aleatorio –a modo de hipertexto– (Presnky, 2001). Tal y como argumentan García García, Gertúdriz Barrio, Durán Medina, Gamonal Arroyo y Gálvez de la Cuesta (2011, p. 124), son “personas que utilizan la información de forma rápida, en paralelo y multitarea, prefiriendo la red como fuente de información veraz”, así como a los gráficos antes que al texto.

que “confiere un sorprendente grado de visibilidad pública” (Jenkins, 2009a, p.173) a todo tipo de contenidos y, no menos importante, a los creadores de contenidos, tanto oficiales como no oficiales. Como afirma Jenkins (2009a, p.168), “el valor de cualquier información aumenta con la interacción social”, y la Web 2.0 permite que esto se haga realidad. Permite que la audiencia, y en especial los fans de los programas, sacien su sed de conocimientos y compartan sus apreciaciones, fascinaciones y frustraciones (Jenkins, 2009a). Las redes sociales “entrañan un potencial muy interesante para ser explotado” (Guerrero Pico, 2015, p.146) en un proyecto narrativo transmedia.

## 7. EL FENÓMENO FAN

La convergencia de medios también ha hecho posibles “los medios de recepción comunal, más que individualistas” (Jenkins, 2008, p.36). Esto se debe, en gran parte, a la Web 2.0, ya que “el ciberespacio es el mundo de los fans a lo grande” (Jenkins, 2009a, p.166), con reglas similares a las del mundo real (Lacalle, 2010).

Pero, ¿qué es un fan? Tal y como afirma Guerrero Pico (2015, p.69), un fan es “una persona que desarrolla un vínculo afectivo y emocional hacia un objeto mediático (o varios) del que es entusiasta y a través del cual se concibe a sí mismo y a los demás”. Por ello una buena estrategia transmedia hace que el fan interactúe con todas las plataformas, o al menos se intenta, especialmente a través de Internet (Grandío, 2012).

Cada momento cuenta con su propia tecnología, medios y lenguajes, lo que condiciona la forma de actuar y de pensar de sus actores (Lèvy, 2004). Los actuales espectadores de series de televisión, lectores de libros, etcétera, comparten con otros seguidores sus conocimientos de los mundos de ficción a través de las redes sociales, foros y otras plataformas que ofrece la Web 2.0. De esta manera se puede aumentar el conocimiento colectivo acerca de las historias, rescatando a los espectadores de la pasividad y haciéndoles asumir un rol activo en el proceso (Costa Sánchez y Piñeiro Otero, 2013). “La capacidad de expandir tu conocimiento individual compartiendo el saber con otros intensifica el placer que siente cualquier espectador” (Jenkins, 2008 p.38). Aparece aquí lo que Pierre Lévy (2004) define como inteligencia colectiva, la suma del saber de muchos mejora el conocimiento individual. Como afirma Fernández Castrillo (2013, p.57) “se procede a la construcción de un discurso colectivo desde un fructífero intercambio de ideas entre la gran masa de usuarios” obteniendo resultados más creativos y variados. Los integrantes de una comunidad comparten sus conocimientos, adquiriendo un saber mucho más importante que de forma individual (Jenkins, 2009a y Costa Sánchez y Piñeiro Otero, 2013). Tal y como explica Scolari (2009a, p.193):

“Varios procesos confluyen en las nuevas formas cooperativas de producción comunicativa. Por un lado la red digital permite el intercambio de contenidos entre miles de sujetos rompiendo con el modelo uno-a-muchos que caracterizaba al *broadcasting*; por otro, la estandarización y abaratamiento de la tecnología ha puesto en las manos de millones de usuarios instrumentos sencillos y fáciles de usar para la creación y manipulación textual”.

La recepción de programas televisivos ha variado por parte de la audiencia, que sigue sus propias reglas internas (Giovagnoli, 2011) “flexiblemente estructuradas y genera sus placeres específicos” (Jenkins, 2009a, p.52). Accede cuando, como y donde quiere a sus programas favoritos. Además, los espectadores actuales no se conforman con recibir contenidos desde una sola pantalla, sino que van a querer más. “Las nuevas audiencias están capacitadas para lidiar con textualidades extremadamente complejas, con decenas de personajes y que se despliegan a través de muchos medios y plataformas” (Scolari, 2013a, p.70).

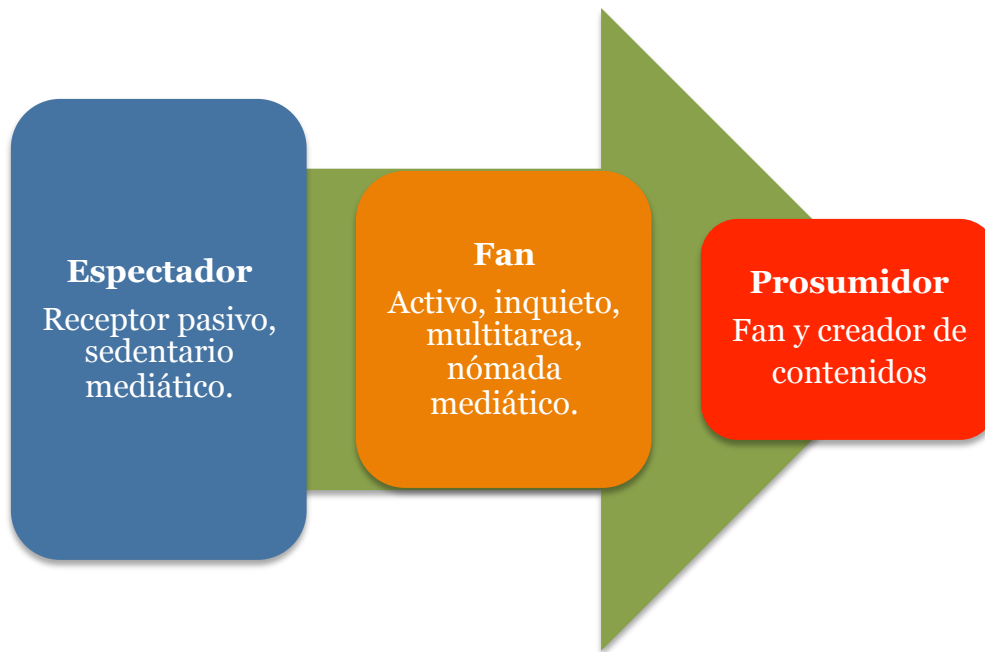
La forma en que los espectadores consumen los productos culturales en la actualidad difiere mucho a la de hace unos años, “los espectadores educados en medios no lineales como los videojuegos esperaban una clase diferente de experiencia de entretenimiento” (Jenkins, 2008, p.124). El espectador actual, activo, va y viene en busca de lo que le interesa y desecha aquello que no le aporta nada nuevo. Por ello, cuanto más se incentive a estos fans a que busquen nueva información –o la creen– y saquen sus propias conclusiones, más se apropian del discurso narrativo que se les haya propuesto fortaleciendo los lazos afectivos que tienen con el mundo narrativo. En definitiva, se crea compromiso, fidelidad o *engagement* (Askwith, 2007) “potenciando la implicación y la participación de los usuarios con el objetivo de generar sensación de comunidad” (Gifreu-Castells, 2015, p.72). Pero no sólo eso. *Engagement* es emoción, la creación un sentimiento positivo “hacia algo caracterizado por la profundidad de los afectos, inclinaciones o el grado de interés, que impulsa al individuo a preservar voluntariamente en ello” (Tur Viñes, 2014, p.42). Sentirse parte del mundo narrativo de la ficción propicia que el consumidor comente,

comparta, cree sus contenidos, etc., a través de Internet (Tur Viñes, 2014). De esta forma se sienten parte de una comunidad en la que representan algún tipo de función social generando ese compromiso y fidelidad junto con el resto de miembros de la misma (Daugherty, Eastin y Bright, 2008).

Los consumidores que se sientan delante de una pantalla de televisión y sólo se dedican a ver con qué le sorprenden los guionistas están cerca de desaparecer, pues las nuevas generaciones de consumidores piden mas contenido esparcido en distintos medios. Dejan de ser meros receptores de información y se convierten en participantes activos de la creación de nuevas versiones de la historia (Miranda Galbe y Figuro Espadas, 2016). Jenkins expone que:

“Las industrias mediáticas dependen cada vez más de consumidores activos y comprometidos que corran la voz sobre sus valiosas propiedades en un mercado mediático abarrotado y, en ciertos casos, buscan formas de canalizar el *output* creativo de los fans mediáticos para reducir sus costes de producción” (Jenkins, 2008, p.139).

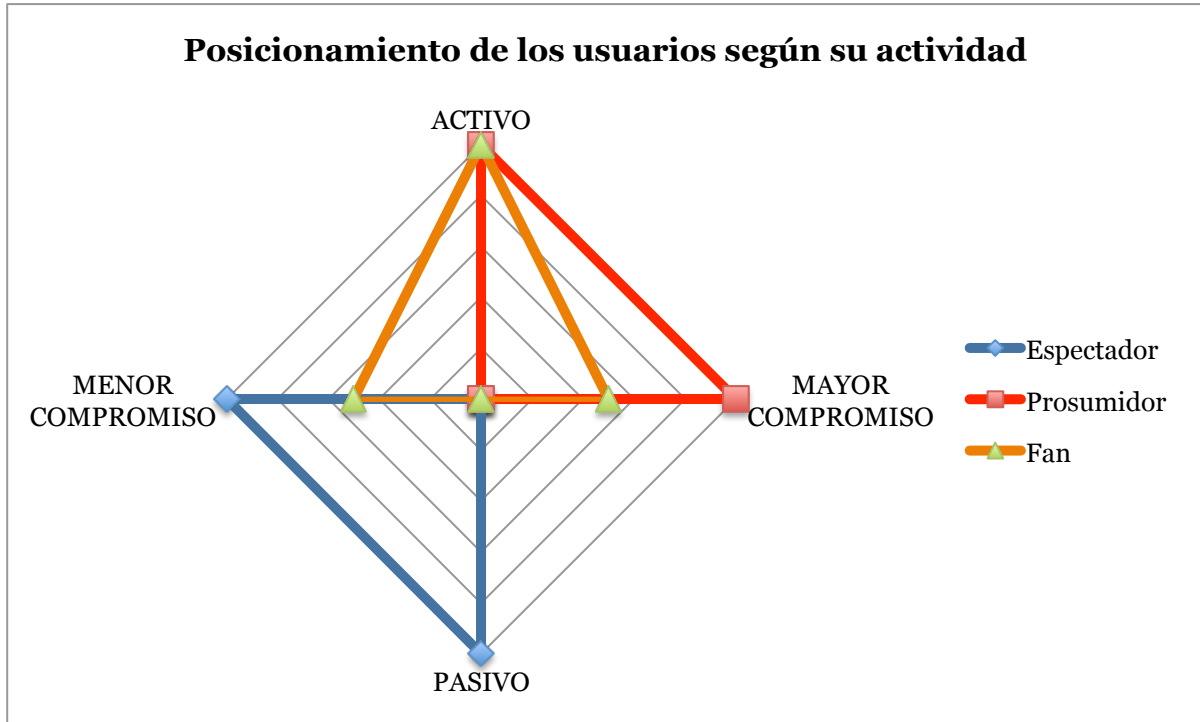
La participación de la audiencia “suele ser tan importante como la observación” (Jenkins, 2010a, p.15). Existen tres tipos de audiencia: los meros espectadores, los fans –audiencia más comprometida– y los prosumidores (Pratten, 2011). Actualmente la mayor parte de la audiencia se enmarca en la zona del espectador, es decir, la parte del público que sólo se dedica recibir la información de contenidos oficiales emitidos por televisión. Son sujetos sedentarios mediáticos que se contentan tan solo con aquello que se les muestra. En una zona media se encuentran los fans, que son aquella parte de la audiencia que, además de ser meros receptores de los contenidos emitidos en televisión, buscan más información y nuevos contenidos de la ficción por otros medios: tanto en canales oficiales como en los que no lo son. No crean nuevos contenidos, pero son receptores activos. Son nómadas mediáticos. Y, por último, en la punta de la pirámide y los menos numerosos, encontramos a los prosumidores, que son aquellos que generan nuevo contenido al margen del canon de la ficción.



*Figura 3, de elaboración propia. El proceso de participación de las audiencias.*

En la gráfica siguiente –gráfica 1– se muestra de forma visual el posicionamiento de los espectadores, fans y prosumidores según su actividad con respecto al mundo narrativo. Los espectadores se sitúan en la zona de usuarios con menor compromiso y mayor pasividad, ya que simplemente consumen productos que no exigen ningún tipo de esfuerzo, más allá de ser vistos, leídos, etc. Por su lado los fans siempre son activos, y con un compromiso mayor que los espectadores pero menor que el prosumidor. Los fans pueden estar poco implicados –buscando los contenidos sólo para sí mismos– o más comprometidos: compartiendo contenido, comentándolo, etc. Por último, el prosumidor es totalmente activo y está absolutamente comprometido, realizando tareas de los fans y creando contenido original para su uso personal o, preferiblemente, para ser compartido con el resto de fans y prosumidores.





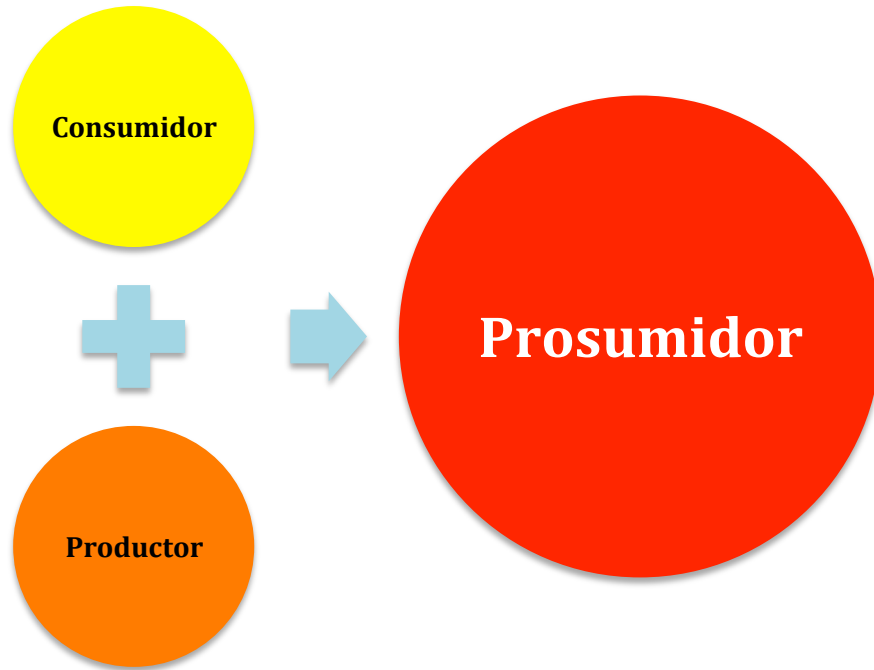
Gráfica 1 de elaboración propia. Posicionamiento de los usuarios según su actividad. Los datos introducidos en ella son una estimación propia que va del uno al diez para poder comprender visualmente la actividad de los usuarios dependiendo de su actividad<sup>57</sup>.

## 7.1. EL PROSUMIDOR

Algunos espectadores/fans van más allá de ser simples receptores de historias, quieren saber más acerca de los mundos narrativos que se les presentan (Grandío y Bonaut, 2012). Muchas veces desean contar con una información que no se les ha ofrecido y que –probablemente– no les va a ser ofrecida. Por ello, dejan de ser meros espectadores y recopiladores de información y dan el paso de crear sus propios contenidos. Este tipo de fan que consume y produce sus propios contenidos se conoce como prosumidor (Toffler, 1985). Este tipo de consumidor “es la viva imagen de la nueva audiencia interactiva” (Jenkins, 2009a, p.162). Del mismo modo, Toffler (1985, p.262) afirma:

<sup>57</sup> Guerrero Pico (2015, p.123-124) define los diferentes modelos de participación de los fans y prosumidores. Su descripción de estas formas de actividad de los fans ha sido tomada en cuenta para la elaboración de la gráfica 1 ‘Posicionamiento de los usuarios según su actividad’, ya que se considera la más aclaratoria hasta la fecha.

“Vemos un progresivo difuminarse de la línea que separa al productor del consumidor. Vemos la creciente importancia del prosumidor. Y, más allá de eso, vemos aproximarse un impresionante cambio que transformará incluso la función del mercado mismo en nuestras vidas y en el sistema mundial”.



*Figura 4 de elaboración propia. Formación del prosumidor.*

La NT contempla un espectador más activo capaz de seguir toda la información que se le concede (Jenkins, 2009a). En el caso de la ficción, tal y como argumenta Jenkins (2010a, p.31), “los fans [...] asaltan la cultura de masas reivindicando sus materiales para sus propias finalidades, reelaborándolos como base para sus propias creaciones culturales e interacciones”. Por ello el prosumidor supone una “ruptura de las categorías que fundaban el proceso cultural (producción/consumo) y desplazamiento desde el consumo a la producción” (Scolari, 2009a, p.99). Por lo tanto, la digitalización de la televisión despliega “nuevas posibilidades de convergencia multimedia que van a permitir abrir los contenidos televisivos a otras plataformas a la vez que le conceden al espectador un papel protagonista” (Martín Pérez et al., 2011, p.704).

Los prosumidores se buscan, se reúnen en lugares específicos para comentar lo que conocen acerca de la historia, “son activos militantes de las narrativas que les apasionan” (Scolari, 2013a, p.27). Intercambian información, formulan preguntas para que otros se las aclaren y ponen “en duda la descripción que otros han hecho de su experiencia” (Jenkins, 2010a, p.15). Crean nuevas historias acerca del tema que les atañe, se hacen dueños de personajes, lugares y otros elementos de la historia para expandir aún más la historia (Scolari, 2013a, p.27) recibiendo el *feedback* del resto de compañeros que pertenecen a ese pequeño grupo.

La necesidad es otra de las causas por las que el consumidor pasa a ser también productor. La falta de respuestas a algunas preguntas o dudas con respecto al mundo narrativo hacen que ellos mismos exploren las posibilidades. Pero, ¿qué hace que un consumidor se lance a producir o al ‘hágalo usted mismo’? En el caso del prosumidor de ficción, es la satisfacción personal de crear algo propio basado en la historia de la que es fan. Esto es debido a que, en ocasiones, los acontecimientos sucedidos durante el transcurso de la ficción no satisfacen sus expectativas, o desean explorar otras alternativas. También generan contenidos para mostrar al resto de la comunidad una parte de la historia que antes no existía y que ayuda a mejorar la comprensión del mundo narrativo al que pertenece, así como una necesidad de “participación y pertenencia a grupos sociales” (Sedeño, 2013, p.67).

Las creaciones de los fans “se presentan generalmente como complemento al enriquecimiento de la imaginación y escapismo propios de los mundos de la fantasía” (Grandío, 2015, p.32). El productor y las televisiones deben estar atentos a lo que dicen los prosumidores, escucharles e, incluso, hacerles caso (Scolari, 2013a). Actualmente el fenómeno fan es fundamental en la valoración positiva de un contenido audiovisual (Grandío, 2015). Ellos son los clientes, y como tales, siempre tienen la razón. Saben cómo, cuándo y qué contenidos quieren ver.

Es un hecho que “en las últimas tres décadas el papel activo de las audiencias en los procesos mediáticos se ha hecho cada vez más evidente” (Scolari, 2013a, p.69). El prosumidor marca un cambio en el modelo de producción de los contenidos audiovisuales que no debe ser menospreciado por las cadenas de televisión ni por los creadores y productoras. Ese sería su mayor error, ya que “sin prosumidores no hay NT” (Scolari, 2013a, p.85). Son los embajadores de los mundos narrativos, sus aportaciones dotan de mayor riqueza y valor a los mundos narrativos oficiales, entrando “en el reino de la ficción como si fuera un lugar tangible que pueden habitar y explorar” (Jenkins, 2010a, p.31), y ante todo, expandir.

Existe una diferenciación entre contenidos del canon y del fandom que es realmente importante, pues marca la separación entre la idea original y su desarrollo oficial de aquellas aportaciones de los prosumidores. Los fans/prosumidores de los textos de ficción no forman parte del modelo de producción tradicional. No crean contenido que vaya a formar parte del canon ideado por la productora y la cadena de televisión. Estas creaciones “que realizan los *fans* enriquecen el proyecto transmedialmente, pero no cambian la obra original” (Moreno, 2016, p. 148). No obstante, alrededor de estos contenidos oficiales, aparece un complejo sistema de cultura popular<sup>58</sup> generada por las audiencias que hace más visible el producto original. Jenkins (2010a, p.183) considera que:

“Los escritos de los fans se basan en las prácticas interpretativas de la comunidad de fans, y toman el metatexto colectivo como base a partir de la cual generan una gran variedad de historias relacionadas con los medios. [...] “el programa es como una masa elástica” que ensancha los límites para incorporar sus preocupaciones, dando forma a sus personajes para que se adapten mejor a sus deseos”.

El prosumidor se hace dueño de los contenidos oficiales y, a través de ellos, crea sus propias interpretaciones del mundo de ficción mediante

---

<sup>58</sup> Cultura popular es aquella que surge al margen de la cultura oficial. Genera enormes cantidades de textualidades producidas y consumidas por canales al margen del canon. Surge como contrapunto a una cultura académica y elitista.

reelaboraciones o expansiones narrativas desde cualquier punto o idea y, ante todo, “dejan constancia de ello” (R. Domínguez Cáceres, comunicación personal, 6 de septiembre de 2016). Esto no es algo negativo para los creadores y/o difusores de la historia, sino todo lo contrario (Scolari, 2013a y Jenkins, 2010a). Ayudan a dar a conocer por otros canales el mundo de ficción, pudiendo de esta forma llegar a un público mayor. Quieren reinterpretar o completar los mundos narrativos respetando el trabajo original. “La ideología del mundo de los fans implica un compromiso con un cierto grado de conformidad con los materiales originales del programa” (Jenkins, 2009a, p.70), aunque esto no siempre es así. La importancia de este tipo de fan reside en lo siguiente:

“Cualquier proyecto transmedia está obligado a incluir un apartado dedicado a los contenidos generados por los usuarios. [...] el proyecto debe indicar las formas en que se motivará la participación –el llamado *Call to Action*– y, por otro lado, se deberá prever la creación de plataformas para albergar esos contenidos y cómo se los gestionará” Scolari (2013a, p.85-86).

Estos espacios deberían ser creados por las cadenas de televisión y así poder contar con lugares exclusivos dedicados a cada serie de ficción, donde los fans se reúnan y pongan en común sus experiencias y creaciones. Tal y como apunta Giovagnoli (2011), éstos deben ser accesibles a todo el mundo y debe quedar claro dónde encontrarlos:

“En este contexto es necesario recompensar los esfuerzos de las audiencias. Los consumidores navegan por los mundos narrativos transmedia [...] recogen informaciones [...] Este esfuerzo [...] debe ser recompensado. El texto transmedia [...] crea oportunidades para los consumidores en diferentes niveles y el placer que produce su interpretación es transversal. [...] los fans se convierten en guardianes del mundo narrativo: ellos gestionan gran parte de las informaciones y son los principales evangelistas que llevarán la palabra a los confines de la audiencia” (Scolari, 2013a, p.86).

Los prosumidores encuentran dentro de los mundos narrativos espacios o márgenes que no han sido explorados por el desarrollo oficial, y esa es la zona donde mejor se desenvuelve este tipo de fan. “Los lectores de textos populares intentan construir su cultura dentro de los huecos y márgenes de los textos que

circulan en el mercado” (Jenkins, 2010a, p.50). Buscan esos nichos narrativos que nadie ha mencionado para poner en práctica sus dotes creativas. Es ahí “donde los prosumidores se apropian de sus personajes favoritos y los insertan en nuevos programas narrativos” (Scolari, 2013a, p.122). Esta técnica les sirve para conocer mejor a los protagonistas –o no tan protagonistas– de las ficciones, ampliando así el conocimiento colectivo de los fans. Se inspiran en las situaciones más importantes del relato creando “escenas que preceden o siguen a estos momentos” (Jenkins, 2010a, p.191) para saciar así su sed de conocimientos acerca de la historia. No se puede dejar escapar ningún detalle importante y, si éste no existe, hay que crearlo. “Los textos primarios a menudo proporcionan indicios o sugerencias sobre los antecedentes [...] Los fans se basan en estas tentadoras golosinas para elaborar sus propias historias, pues escriben sobre acontecimientos que son anteriores al inicio de la serie [...]” (Jenkins, 2010a, p.191). Así intentan dar explicación, por ejemplo, a determinados comportamientos de un personaje que no se acaban de comprender tan solo con el contenido oficial, o generan un final de una serie cancelada antes del mismo. Las razones para prosumir, como puede verse, son infinitas e inabarcables.

Los prosumidores escriben en los márgenes de los textos oficiales para recrearse y aumentar la experiencia tanto personal como de otros fans, pero no siempre sus creaciones son originales en su totalidad. A veces “la actividad del lector ya no se limita a recuperar los significados del autor sino que también reelabora los materiales tomados prestados para ajustarlos al contexto de la experiencia vivida” (Jenkins, 2010a, p.71), corrigiendo o desestimando partes, o incluso la totalidad de la historia. Esto sucede cuando el final de la ficción no ha gustado, el desarrollo de una trama no es el deseado por los fans, etcétera, o simplemente porque se quiere ampliar el contenido, dotándolo de mayor información que la que tenía antes, nunca restándosela. Las razones son innumerables, cualquiera puede valer a los prosumidores para lanzarse a generar nuevos contenidos. Cuantas más incógnitas tiene la serie, más se fidelizan los usuarios y más se lanzan a crear.

Se puede afirmar que los prosumidores son prescriptores de los mundos narrativos con los que interactúan, haciendo que otros usuarios sigan sus pasos ampliando las fronteras narrativas de las series de televisión e, incluso en ocasiones, atrayendo a nuevos espectadores hacia los mundos narrativos en cuestión (Miranda-Galbe & Figuero, 2016). La abundancia de textos creados por los prosumidores consigue que exista una mayor apertura del mundo narrativo, “el texto original se fragmenta en cientos de narraciones diferentes, todas ellas inspiradas ligeramente [y a veces no tan ligeramente] en las mismas historias base” (Jenkins, 2010a, p.206). Los mundos narrativos son tan amplios dentro de las ficciones que los programas admiten gran variedad temática e incluso de género. O dicho de otra forma, cualquier tipo de contenido –o casi cualquiera– tiene cabida.

## 7.2. TIPOLOGÍAS TEXTUALES

El contenido generado por los usuarios –CGU– es necesario en toda NT, y se puede observar una gran cantidad de tipologías textuales diferentes creadas por los mismos. Hacer un mapeado de todas estas formas de expresión de los prosumidores es harto complicado (Scolari, 2013a) debido a “la gran cantidad de textos que existen en cada mundo narrativo y a la dificultad de encontrarlos por la variedad de lugares en los que pueden hallarse” (Miranda-Galbe y Figuero, 2016, p.123). Además “no existe *un media fandom* en singular, sino una multitud de *media fandoms* con sus tradiciones y características propias” (Guerrero Pico, 2015, p.19). Por su lado, tanto Jenkins (2010a) como Scolari (2013a) realizaron un esfuerzo por definir estas composiciones de los fans.

Según Scolari (2013a, p.244-247), entre las diferentes tipologías textuales que se pueden encontrar en cuanto al CGU se refiere, hay que destacar las siguientes:

- a) Sincronizaciones: se trata de la reconstrucción cronológica de los momentos clave de la serie, para que los espectadores obtengan una mejor comprensión de los sucesos. Este tipo de composiciones forma parte del universo narrativo al que pertenece la historia, pero no debe ser

considerado parte de la NT, pues no aporta nada, tan solo aporta una información ordenada de los sucesos de la historia. Es muy útil para la comprensión temporal de los acontecimientos de la ficción, y como recuerdo de lo que ha sucedido hasta ese momento.

- b) **Recapitulaciones –recaps–:** son resúmenes en pocos minutos de capítulos o temporadas ya emitidas de una serie. Son similares a las sincronizaciones, por lo que al igual que éstas, no debe ser considerado parte de la NT de una serie de televisión. Se trata de un resumen, ya que sólo recuerda e informa sobre lo que ya ha sucedido sin añadir nada nuevo.
- c) **Parodias:** las parodias son la “expresión de una actitud ante el mundo o ante una obra de arte que trastrueca su valor original” (Ivanov Mollov, 2006). Dotan de un nuevo punto de vista a los mundos narrativos. En el supuesto de que aporten nueva información sobre la historia, se les considerará como parte de la NT. Para ello se debe analizar cada caso por separado.
- d) **Finales alternativos:** Sí que se trata de una forma de NT, pues aporta una nueva visión sobre el desenlace de la historia. Otorga diferentes opciones de finalizar el relato ideadas por los fans. Es decir, son desenlaces de la historia diferentes al que propone la serie original. Eso sí, nunca se considerarán parte del canon oficial del mundo narrativo.
- e) **Falsos avances y *openings*:** al tratarse de avances falsos no se les puede considerar parte de la NT, pues no siguen la historia canónica y pueden confundir o alejar a los espectadores de las tramas reales. En ocasiones pueden cambiar el sentido de la obra original.
- f) ***Crossover*:** Es la unión de dos o más mundos narrativos diferentes. Se trata de puro divertimento. Permiten imaginar o descubrir cómo reaccionarían los personajes de dos mundos narrativos diferentes en el caso de mezclarse, o de cómo reaccionarían ante las nuevas leyes físicas de la historia. En el supuesto de que estas leyes cambiasen en uno de los dos mundos, para éste, este tipo de contenidos no formaría parte de su NT. Los *crossover* formarán parte de dos NT diferentes en el caso de que sus personajes y lugares puedan coexistir realmente en un mismo mundo



narrativo, serían los contenidos que actúan como cometas en el sistema planetario. Por ejemplo, mezclar los mundos narrativos de *Star Wars* y *Amar es Para Siempre* (Antena 3, 2013-actualidad) no tendría ningún sentido, pues no tienen nada que ver. Sin embargo, si se une en un mismo relato el mundo narrativo de *Star Wars* con el de *Star Trek* (CBS, 2007-actualidad), se podría considerar como parte de la NT de ambos, pues sus leyes físicas son similares. Cada caso, a la hora de analizar los contenidos de la NT de una ficción, es diferente. Por ello ha de ser estudiado individualmente desde un punto de vista cualitativo para poder decidir si se enmarca dentro de la NT del proyecto o no.

Jenkins (2010a, p.190-206), por su parte, propone las siguientes tipologías textuales de contenido generado por los usuarios:

- a) **Recontextualización:** se produce cuando los fans rellenan los espacios vacíos<sup>59</sup> que dejan las ficciones, aclarando así determinadas partes de la historia. Por lo general los fans se centran en momentos clave del relato que les inspiran más que el resto, con mayor impacto emocional. Los prosumidores crearán “escenas que preceden o siguen a estos momentos” (Jenkins, 2010a, p.191).
- b) **Alargar la línea temporal de la serie:** en muchas ocasiones los textos primarios de los mundos narrativos proporcionan nociones sobre los antecedentes o sucesos paralelos a la historia principal. Estos detalles sirven a los fans para explorar acontecimientos no tratados de manera oficial, y así poder intentar comprender por qué los sucesos toman una dirección u otra. Se trata, pues, de conjeturas ideadas por los fans para aclarar tramas, acciones de personajes, etc. En ocasiones este tipo de creaciones de los fans se da debido a la cancelación de la serie y la necesidad de éstos por conocer el desenlace de la misma.

---

<sup>59</sup> Los espacios vacíos fueron definidos por Wolfgang Iser, citado por Tornero (2005, p.169), como “indeterminaciones [...] que movilizan la imaginación para producir el objeto imaginario como correlato de la conciencia representativa. [...] son condiciones de comunicación porque activan la interacción entre el texto y el lector”.

- c) Refocalización: la mayoría de los CGU se basan en los personajes principales del mundo narrativo, pero en muchas ocasiones los prosumidores deciden conocer más a fondo la situación de personajes secundarios, que aunque no lleven el peso de la trama, sí que aportan verosimilitud y mayor fondo a la historia. Es interesante ver las posibilidades que ofrece la NT a estos personajes, ya que siempre que sean explorados les otorga mayor profundidad y hacen que el relato crezca diversificándose por diferentes ramas.
- d) Realineación moral: son CGU en los que se cuestiona la moralidad del texto. Los fans indagan en las motivaciones de cualquiera de los personajes de la historia original –principalmente de los antagonistas– para comprender mejor sus acciones, dando sentido a las mismas. En este caso se invierten los papeles de protagonistas y antagonistas.
- e) Cambio de género: el género proporciona a las historias una serie de rasgos diferenciales. En ocasiones los fans varían el género de los relatos para conocer la historia desde otro punto de vista, “creando distintas interpretaciones del mundo narrativo” (Miranda Galbe y Figuero Espadas, 2016) o del texto en cuestión.
- f) Historias cruzadas: es lo que se conoce como los ya mencionados *crossover*, es decir, la unión de dos o más mundos narrativos diferentes. La mezcla de estos mundos puede crear desde combinaciones plausibles –unión de dos mundos que comparten ciudad, actor, género, tramas, etc.– hasta las más inverosímiles uniones.
- g) Dislocación del personaje: son contenidos que sacan a los personajes originales de un mundo narrativo para mostrar cómo actuarían ante diferentes situaciones, épocas, etcétera. Por lo tanto, se trataría de parodias (R. Domínguez Cáceres, comunicación personal, 6 de septiembre de 2016). Estos personajes “son sacados de sus entornos originales y se les atribuyen otros nombres e identidades” (Jenkins, 2010a, p.199).
- h) Personalización: los prosumidores hacen desaparecer las barreras existentes entre ellos mismos y los personajes de la ficción. Usan su propia experiencia para desarrollar relatos en los que los personajes de la

ficción se enfrentan a situaciones reales de los propios fans. De esta manera, los personajes se vuelven más reales.

- i) Intensificación emocional: la psicología de los personajes y sus motivaciones son fuente de inspiración en gran parte del CGU. Los fans “a menudo enfatizan los momentos de crisis de la narración” (Jenkins, 2010a, p.203) para poner de manifiesto la psicología de los personajes y analizarlos en profundidad. Cuanto más se sepa de un personaje, mejor para el fan, ya que de esta forma podrá proporcionar a sus creaciones de mayor emotividad. Los puntos de giro –momentos clave– de la trama, que suponen un cambio en los personajes, son los elementos más explorados por los prosumidores. Ponen a sus personajes preferidos en situaciones límite, para de esta forma “enfrentarse a los conflictos y a los problemas de personalidad que hacen que estos personajes sean tan fascinantes” (Jenkins, 2010a, p.204).
- j) Erotización: en muchas ocasiones las historias canónicas no indagan en los aspectos más íntimos, de carácter sexual, de los personajes. Por ello los fans exploran estos huecos narrativos de las ficciones que no se muestran en el canon. Todo aquello que no se revela en los relatos originales causa en los fans mucha curiosidad, y más tratándose temas de esta índole. Como dice Jenkins (Jenkins, 2010a, p.204), las historias creadas por los fans “transforman el mundo relativamente casto, aunque a veces sugerente, de la televisión popular en un espacio erótico de experimentación sexual”. Estos textos de contenido no apto para menores reciben el nombre de *slash*.

### **7.2.1. Formas en las que se representan las tipologías textuales**

El fenómeno fan y, más concretamente el prosumidor, supone que la creación de contenidos paralelos a los medios e historias oficiales sea inagotable (Simelio y Ruiz, 2013). Una vez mostradas las tipologías textuales que se dan en las creaciones de los espectadores, es importante determinar en qué formas son representadas. La siguiente enumeración hace referencia a las más habituales.

Probablemente existan muchas más, ya que las posibilidades son infinitas. Las principales –y más comunes– son los fanfic, fanart y fanvid, así como la presencia en las redes sociales. Pero también se aprecia la existencia de otros:

- a) Fanfics (*fanfiction*): es la producción literaria generada por los fans. Se pueden encontrar desde textos breves hasta novelas por entregas donde se recrea el mundo narrativo y, a su vez, se trata de la forma creativa más común entre los CGU (Guerrero, 2014). Son expuestos al público a través de blogs, redes sociales, foros, etcétera. Antes del auge de Internet existían unas revistas con este tipo de contenidos denominadas *zines* (Jenkins, 2008 y 2009a), que eran compartidas por los fans de los mundos narrativos a través de correo postal o mediante préstamos de unos a otros. Pero como se ha dicho, tras la generalización de Internet estos *zines* ya casi no se ven. Este medio ha hecho que el acceso a este tipo de contenidos sea mucho mayor y más universal. Los seguidores de los productos de ficción pueden acceder a los CGU de cualquier parte del mundo.
- b) Fanart: cartelería, dibujos, pinturas, etcétera que recrean parte de la historia de ficción utilizando cualquiera de las tipologías textuales. Es decir, “manifestaciones artísticas que toman como base obras existentes en la cultura de masas” (Guerrero, 2014, p.251).
- c) Fanvids: se trata de montajes en vídeo realizados por los fans de los mundos narrativos, en los que mezclan imágenes fijas o en movimiento con música o diálogos. Estas creaciones audiovisuales van desde tráiler de fans o resúmenes de capítulos y temporadas hasta vídeos dedicados a algunos personajes, tramas o lugares. La temática de estos vídeos es infinita. Incluso existen creaciones originales del mundo narrativo grabadas por fans, como cortometrajes o películas.
- d) Foro: los foros son el lugar donde los fans se reúnen para cotillear sobre los mundos narrativos de su incumbencia, compartiendo experiencias, ideas y discutiendo sobre diversos temas derivados de las ficciones (Sedeño, 2013). Además, a través de estas plataformas de Internet, los fans y prosumidores comparten sus creaciones.

- e) Club de fans: los fans se unen en comunidades, ya sea virtuales o reales, donde se difunden sus trabajos, comparten ideas, y tratan cualquier tema referente a la ficción que les representa.
- f) Wikis: se trata de “webs colaborativas donde se ordenan y guardan fichas de personajes, localizaciones, guías de episodios, cronologías, secretos“ (Guerrero, 2010, p.30) y cualquier tipo de información referente a la ficción.

Estas manifestaciones artísticas de los prosumidores de las series de ficción “reflejan la competencia cultural y el conocimiento compartido de su comunidad” (Jenkins, 2010a, p.271). La enumeración anterior refleja las formas más comunes de representación por parte de los fans, pero probablemente existan muchas más. Por ejemplo, en la serie EMDT, algunos prosumidores han creado un juego de rol del mundo narrativo, un mapa interactivo de localizaciones o un generador de certificados de la serie. Esto demuestra que el contenido que se puede crear a raíz de un proyecto transmedia es inmenso, y como se ha venido diciendo, inabarcable.

Una interesante aportación acerca de esta producción de contenidos ajena al canon afirma que, a parte de las tipologías textuales, gráficas o audiovisuales existentes, los CGU, a su vez, se subdividen de dos formas:

“Los CTGU [contenidos transmedia generados por los usuarios] se subdividen en dos grandes modalidades de expresión: *creativas* (con un objetivo fundamentalmente creativo o juguetero) y *divulgativas* (con un objetivo fundamentalmente informativo). El *fanfiction* pertenecería al primer grupo, mientras que los *recaps* [...] al segundo” (Guerrero Pico, 2015, p.112).

A modo de conclusión, es necesario recalcar la importancia de la producción de los fans para la NT añadiendo que:

“Algunos de estos enfoques sobre los escritos de los fans amplían de forma eficaz los límites textuales al construir historias o futuros para los personajes que sobrepasan la variedad de historias que podrían contarse en la televisión; otros reelaboran la ideología del programa (destacando personajes

marginados, invirtiendo o complicando los códigos de lo que es bueno y malo, introduciendo otras sexualidades) para que los textos aborden diferentes perspectivas. Por su parte, otros manipulan los límites genéricos y desfamiliarizan las convenciones típicas para que la misma narrativa pueda brindar múltiples reelaboraciones” Jenkins (2010a, P,205).

## 8. EL PROYECTO TRANSMEDIA

Las narraciones transmediáticas pueden ser planificadas y llevadas a cabo por diferentes vías, siendo la más simple no tener ningún tipo de planificación (Scolari, 2013a). Con esto, el autor se refiere a todas aquellas producciones que empezaron siendo proyectos monomediáticos y que se transformaron en proyectos transmedia. Es decir, que sufrieron un proceso de transmedialización. Esto suele ser lo más común, ya que las productoras y cadenas de televisión aprovechan productos ya desarrollados para expandirlos por nuevas vías, pero:

“Cada vez más las NT deberán ser el resultado de una planificación previa. A medida que los creadores y productores comiencen a ‘pensar en transmedia’, la planificación del despliegue *cross-media* dejará de ser un valor agregado a último momento para convertirse en una necesidad primaria” (Scolari, 2013a, p.79).

Esta última forma de crear un proyecto transmedia es la ideal, para así tener claro qué sucede en el conjunto de la historia y a qué medios corresponderá cada parte de la misma desde un inicio, aunque puede variar algo con el paso del tiempo. Los creadores de contenidos deben empezar a ‘pensar en transmedia’ para desarrollar productos de calidad que satisfagan las necesidades de un público cada vez más exigente.

Al igual que cualquier otro tipo de proyecto que implique la creación de una historia, un proyecto transmedia comienza por la idea. Sin idea no hay historia, y sin historia no hay proyecto. La idea es el valor más importante. Es la pieza sobre la que el resto de elementos que compongan el proyecto tienen que apoyarse.

La peculiaridad que caracteriza a un proyecto transmedia es que la historia del mundo narrativo va a expandirse a través de diferentes medios. Pero no de una forma lineal, sino asincrónica. Cada medio contará una parte diferente de una historia global, por lo que tanto los medios como las historias deben estar coordinados. Por ello existe la figura del productor transmedia, que es la

persona encargada de que todas las particularidades del mundo narrativo se vean reflejadas en los diferentes relatos sin que existan problemas narrativos entre ellos.

Para poder desarrollar correctamente su trabajo, el productor transmedia se vale de un documento denominado ‘biblia’ del proyecto. En él se describe absolutamente todo lo referente al mundo narrativo: personajes, tramas, medios en los que se dispersará, etcétera. Es el documento esencial para desarrollar cualquier proyecto televisivo, especialmente para proyectos tan ambiciosos como los transmedia.

### **8.1. EL PRODUCTOR TRANSMEDIA**

Es necesaria la figura de una persona encargada de que el mundo narrativo siga por sus cauces, que tenga todo el conocimiento sobre la historia para poder llevar a cabo los proyectos de la manera más adecuada. De esta manera, muchos problemas narrativos entre diferentes medios se evitarían, como por ejemplo los mencionados anteriormente en *Hellboy* y *Star Wars*. Jenkins (2008), Dena (2009) y Scolari (2013a) defienden que debe haber alguien encargado de diseñar, producir y dirigir los proyectos transmedia. Alguien que organice correctamente a los diferentes equipos de desarrollo del mundo narrativo a través de los diferentes medios. *Producers Guild of America*<sup>60</sup> (n.d) propone el puesto del productor transmedia para la realización de este trabajo, y desde 2010 esta figura ya aparece en los créditos finales de las obras audiovisuales más importantes. Se trata de un cargo similar al del productor ejecutivo de una serie o película monomediática, entendida esta figura del proceso de producción como jefe creativo. Scolari (2013a, p.45) opina que “cada día que pasa necesitaremos más profesionales con las competencias necesarias para coordinar equipos de producción transmedia. [...] Y alguien –en este caso el productor transmedia– deberá coordinar a todos estos profesionales.”

---

<sup>60</sup> *Producers Guild of America* –gremio de productores de américa en castellano–, es una organización que representa a los productores de televisión, cine y nuevos medios en los Estados Unidos de América.



Cada medio cuenta con un grupo de profesionales especializados en el mismo que desarrollarán una parte de la historia concebida para ese medio o plataforma (Pratten, 2011). Quienes escriban las historias en los diferentes medios deben asegurarse de que la visión del proyecto global es la misma que en el resto de medios (Dena, 2009). Cada uno lo hará siguiendo las normas del tipo de medio en el que trabaje, pero sin perder de vista las leyes físicas del mundo narrativo que marca la biblia transmedia. Para ello, el productor transmedia debe coordinar todos los medios, ya que es quien tiene la visión completa del proyecto y ha de ser la máxima autoridad del mismo. Debe ser un políglota de los medios. Los productores transmedia “necesitan entender las distintas peculiaridades de cada media, y lo que es más importante, el oficio transmedia<sup>61</sup>” (Dena, 2009, p.130).

En un proyecto transmedia cada medio cuenta con el equipo que se necesita normalmente. La única diferencia es que por encima de cada director, de cada medio, se encuentra el productor transmedia. Quizás sea necesaria también la figura del guionista transmedia, un cargo similar al del coordinador de guion en ficción televisiva, que crea la biblia del mundo narrativo junto con el productor transmedia, y se encargará de coordinar los guiones de todos los medios utilizados en el mundo narrativo.

Lo que está claro es, que “hasta el momento, las franquicias transmediáticas más exitosas han surgido cuando ejerce el control un solo creador o unidad creativa” (Jenkins, 2008, p.111). Esto reafirma lo anterior, un proyecto transmedia tiene que contar con diferentes creadores para los diferentes medios porque cada director conoce las características de su medio y sabe cómo contar una historia en él. Por ello se necesita al productor transmedia, que es el creador de la historia y quien la tiene controlada. Él será el encargado de que nadie se salga del camino marcado y el relato avance consecuentemente. Un ejemplo que refleja todo esto es el de la franquicia *The Matrix*:

---

<sup>61</sup> Traducción propia del original de Dena (2009, p. 130): [Transmedia producers] “would need to understand the various peculiarities of each medium, and importantly transmedia craft”

“Los hermanos Wachowski construyen un terreno de juego donde puedan experimentar otros artistas y que puedan explorar los fans. Para que esto funcione, los hermanos tuvieron que idear el mundo de *Matrix* con la suficiente consistencia para que cada entrega fuera una parte reconocible del todo, y con la suficiente flexibilidad para que pudiera expresarse en todos esos diferentes estilos de representación, desde la animación foto realista por ordenador de “*Final Flight of the Osiris*” hasta los *blocky graphics* del primer juego de ordenador de *Matrix*” (Jenkins, 2008, p.118).

Jenkins hace ver la importancia del productor transmedia a través de los hermanos Wachowski, que crearon un mundo transmediático dirigiendo sus contenidos, pero dejando a cada director trabajar en su propia parcela –medio–. El productor transmedia será el encargado de distribuir las diferentes historias de un mundo narrativo. Debe ser capaz de dilucidar qué arcos narrativos<sup>62</sup> de personaje, tramas y lugares puede expresarse mejor a través de un medio u otro. Tiene que tener claro qué se puede y qué se debe contar en cada medio. Probablemente esto sea uno de los factores decisivos a la hora de que un proyecto transmedia funcione o no.

## **8.2. CREACIÓN DEL MUNDO NARRATIVO.**

Costa Sánchez y Piñeiro Otero (2013, p.119) afirman que “la historia más adecuada para un proyecto de este tipo es una historia compleja, con múltiples personajes y ambientada en un mundo que no se agote en una sola aventura, sino susceptible de ser el escenario de mil aventuras más”. Ciertamente, las historias que aspiren a ser transmediáticas deben de contar con gran cantidad de elementos diferentes (Bellón Sánchez, 2012) que permitan que el mundo narrativo se ramifique y expanda por diferentes vías, así como una iconografía propia (Klastrup y Tosca, 2004). Una NT genera enormes mundos narrativos que albergan gran cantidad de historias, lugares, personajes y un largo recorrido temporal. Tienen que ser historias que impliquen una necesidad de exploración

---

<sup>62</sup> El arco narrativo es “el gran abanico de cambios que lo han llevado [al personaje] desde una situación al principio hasta otra diferente final” (Mackee, 2011, p.63).

narrativa (Smith, 2009), tanto para los creadores del contenido oficial como para la audiencia y los fans y prosumidores. Una NT debe posibilitar la penetrabilidad por parte de las audiencias en los mundos narrativos (Jenkins, 2008), es decir, ha de permitir la inmersión narrativa de los usuarios a través de los diferentes relatos. En el momento en que el espectador identifica –reconociendo o asumiendo como conocida– la historia o el mundo narrativo en el que se encuentra, se habrá conseguido crear una buena NT (Smith, 2009). La cuestión es, ¿cómo llevar a cabo un proyecto que a priori parece inabarcable?

La NT hace que la forma de construcción de las historias se vea irremediadamente afectada, así como las estructuras productivas de productoras y cadenas de televisión (Franquet et al. 2012). El contexto multipantalla hace que sea necesaria una revisión creativa, con guiones para varios medios que no deben reiterarse ni ser incongruentes entre sí. La NT debe ser coherente con la narrativa del mundo al que pertenece así como a su iconografía (Harvey, 2014). Esto “implica la transformación de los viejos métodos de enseñanza del guion y la creatividad narrativa audiovisual” (Guarinos y Gordillo, 2013, p.325). No es lo mismo generar historias para un solo medio que para varios. Tal y como dice Francés i Domènec (2015, p.168), “están cambiando las escrituras de los relatos actuales que se adaptan a la fragmentación de consumidores y a la diversidad de dispositivos de recepción”. Las formas de consumo de historias cambian, por lo que las formas narrativas deben adaptarse a ellos y a sus nuevos consumidores.

Las nuevas narrativas provocan que se superen los límites de las historias tradicionales, “transformándolas en experiencias multisensoriales reales<sup>63</sup>” (Giovagnoli, 2011, p.71). La movilidad de los relatos a través de los medios es un requerimiento de la NT, un consumo nómada y dinámico que genera una mayor inmersión en la experiencia de las audiencias (Giovagnoli, 2011).

---

<sup>63</sup> Traducción propia del original de Giovagnoli (2011, p.71): “Transformig them into real multi-sensory experiences”.

La creación de universos complejos, con sus propias leyes físicas como su cultura, su mitología, etcétera, son también un aspecto a destacar en la composición de estas historias transmediales. Cuanto más complejo sea, más opciones de crecimiento ofrecerá. Un productor transmedia no solo debe construir una historia que permita seguir una línea temporal (Smith, 2009), sino que debe crear un mundo para que éste sea descubierto. La NT implica el diseño de estos universos que tienen que estar abiertos “para la exploración por parte de los fans, de forma aparentemente inagotable” (Roig, 2009, p.25). Además debe estimular a la audiencia para que ésta quiera saber más sobre ese universo, generando interés.

La historia ejerce un carácter central en todo proyecto transmedia, ya que es el elemento que mantiene unido al conjunto de textos del sistema narrativo. El primer paso para la creación de estos mundos narrativos es, como dice Ryan (2013), tener bien clara cuál es la representación mental del mismo. Es decir, tener presente en todo momento cuáles son las características que lo definen. Esto implica contar con una explicación clara de la historia, los personajes, los lugares y la línea temporal.

Las leyes físicas que definen un mundo narrativo son las características propias del mismo. Puede que una historia se centre en el mundo real, el cual se rige por una serie de normas creadas por la sociedad y una serie de propiedades dadas por la naturaleza, las cuales son inmutables. O puede que se trate de otra historia, la cual tenga lugar en un mundo imaginario en el que, por ejemplo, la magia y las criaturas fantásticas tengan cabida. Un ejemplo de historia que suceda en el mundo real podría ser la serie de ficción televisiva *Vis a Vis*. Ésta se basa en el mundo real y las normas que envuelven el mundo penitenciario, siendo sus leyes físicas bien conocidas por todos, pues son las presentes en el día a día de cualquier persona. Un mundo que ejemplifique un conjunto de leyes físicas distintas a las del mundo real puede ser el de *Harry Potter*<sup>64</sup>, en el que la

---

<sup>64</sup> *Harry Potter* es una serie de novelas fantásticas creadas por la escritora británica J.K. Rowling. Debido al gran éxito cosechado con esta saga literaria, se llevó a cabo su adaptación al cine por la productora Warner Bros (2001-2016).

magia y las criaturas mágicas son elementos primordiales. En este último caso, para poder crear el mundo narrativo, se hace necesario definir cómo es esa magia, qué permite hacer y qué no, qué tipo de criaturas pueden aparecer, etcétera. Todo aquello que sea susceptible de ser utilizado en cualquiera de los relatos que formen el mundo narrativo, ha de ser definido con anterioridad para no crear confusión entre los creadores y la audiencia. De esta forma será igual para todos los medios.

Estas leyes físicas son verdaderamente importantes a la hora de crear un mundo narrativo, pues son las que va a influir directamente sobre las tramas y los personajes. Por ello deben ser creíbles para los espectadores/usuarios. Solo así podrán ser introducidos en la historia, generando compromiso y fidelidad en ellos. Esto último es primario a la hora de llevar a cabo un proyecto transmedia, pues será lo que haga que la audiencia se preocupe por buscar más contenidos y consumirlos. Sin ello, la NT no podría sobrevivir y acabaría desechándose como técnica narrativa.

La construcción de las historias transmediales supone extender la hiperdiégesis<sup>65</sup> (Hills, 2015) para crear el mundo complejo. Esto englobaría todos los aspectos narrativos de la ficción. Rodríguez Ferrándiz (2014, p.31-32) mantiene que:

“Esa construcción pasa por el diseño de un universo amueblado con una geografía detallada, con personajes y sus respectivas psicologías, con estirpes y sus genealogías, incluso, en los casos más elaborados y fantásticos, con sus dioses y sus cosmogonías, con una historia dotada de hitos decisivos, cronologías: en definitiva, un universo que no deja de estar ahí, de evolucionar, de transformarse, aun cuando dejemos de mirarlo –como el nuestro propio–”.

Como se puede interpretar con la argumentación de Rodríguez Ferrándiz, la creación de un proyecto transmedia, por lo general, supone un esfuerzo mucho mayor que en el caso de un proyecto monomedia. Una historia transmedia

---

<sup>65</sup> Se trata de un gran espacio narrativo del que solo se puede contar una parte.

puede soportar infinitas tramas y personajes (Smith, 2009). Éstos, a su vez, no paran de evolucionar y enriquecerse, puesto que la historia no para de engrandecerse gracias al suma de nuevos relatos que enriquecen el mundo narrativo.

El desarrollo de estas historias “implica la creación de microhistorias intersticiales [partes inexploradas de la historia] que ocupan la espera entre temporadas” (Llorca Abad, 2015, p.103). Un productor transmedia debe incorporar huecos narrativos estratégicamente para poder crear contenidos transmedia a raíz ellos (Smith, 2009). Con estos espacios narrativos vacíos puede dejar también pistas y señales a los fans de posibles nuevos contenidos (Long, 2007 y Smith, 2009). Además se trata de una forma de llamar a la audiencia a la acción. Esos nichos son jugosos espacios para los prosumidores, que en muchas ocasiones los utilizan para generar sus propios relatos.

### **8.2.1. Premisas básicas para la creación del mundo narrativo**

La creación de un mundo narrativo complejo como el que implica una NT obliga a tener en cuenta una serie de conceptos propios de esta técnica narrativa. Cada productor o cadena de televisión tienen su forma trabajar y crear contenido, pero parece necesario estipular una serie “recomendaciones básicas en torno a las cuales se gestan los macrorrelatos” (Guarinos y Gordillo, 2013, p.319) que han de ser comunes para todos los proyectos transmedia y deben estar representado en la biblia transmedia.

Para la correcta elaboración es un NT, estos autores proponen que siempre hay que tener presente lo siguiente:

- a) “Un guion transmedia no es una biblia de serie, es algo más complejo con una estructura arbórea, con ramas principales y ramas secundarias pero acogidas al mismo tronco” (Guarinos y Gordillo, 2013, p. 319-320).

Este punto hace una clara alusión a la estructura rizomática, que propone que los elementos de un proyecto no se organizan de forma jerárquica, sino como si se tratase de la raíz de una planta. Un proyecto transmedia se propaga a través de diferentes medios, por lo que a la hora de elaborar un producto de estas características debe tenerse en cuenta la dispersión de los relatos. Por lo tanto, la construcción de la historia será muy compleja para allanar el camino a futuras expansiones.

- b) “El desarrollo de la historia debe conllevar transversalidad de las tramas” (Guarinos y Gordillo, 2013, p. 319-320).

Las tramas que suceden en la historia tienen que ser suficientemente amplias como para poder ser contadas en más de un relato diferente, pero sin olvidar que cada uno de ellos ha de ser independiente del resto de medios. Tiene que ser comprensible en sí mismo sin necesidad de consumir otras partes de la historia.

- c) “No se trata de una historia, sino de varias interconectadas y necesarias entre sí, constituyendo un universo narrativo que la audiencia no conocerá en su totalidad hasta contactar con el conjunto completo de relatos multiplataforma” (Guarinos y Gordillo, 2013, p. 319-320)

La audiencia no conocerá el mundo narrativo en su totalidad a no ser que acceda y consuma todos los relatos de los diferentes medios. Pero como se ha recalado en el punto anterior, no tiene que ser obligatorio el visionado de todos y cada uno de ellos para comprender la historia.

- d) “Las historias en esta macroestructura se dispersan en tres tipos de contenidos complementarios, según Antoni Marín<sup>66</sup>: textos, paratextos e hipertextos” (Guarinos y Gordillo, 2013, p. 319-320).

---

<sup>66</sup> En su blog ‘Mosaic’, en la entrada correspondiente a ‘Reflexiones sobre la narrativa transmedia’. Es posible consultarlo en: <http://mosaic.uoc.edu/2011/01/18/reflexiones-sobre-la-narrativa-transmedia/>.

Los textos son los contenidos que hacen referencia a la historia del mundo narrativo, ya sean libros, cómics, series de televisión, etcétera. “El texto es el producto que transporta el contenido nuclear de la historia” (Guarinos y Gordillo, 2013, p. 319-320). Los paratextos, como ya se han definido con anterioridad, son todos los contenidos que se encuentran alrededor de la historia pero no pertenecen al mundo narrativo. Pueden pertenecer a otros mundo narrativos como el de la PT o el de MT, pero no tienen un valor narrativo significativo para el mundo narrativo de la NT. Estos paratextos serán las fotografías de rodaje, los spots y tráiler, noticias relacionadas con la ficción, etc. Y por último, el hipertexto es la relación que se establece entre los contenidos y que facilita las relaciones entre ellos.

Por su parte, el consultor transmedia Robert Pratten (2011) propone seis componentes clave para desarrollar una historia transmediática que deben trabajar conjuntamente de manera armoniosa:

- a) La historia: la historia es lo primordial. Tanto ésta como la experiencia han de ir de la mano en todo momento. Los creativos han de pensar en la audiencia a la que se dirigen para intentar entender qué esperan de la historia y poder así ofrecerles la mejor experiencia posible. La historia engloba las tramas, personajes, género y localización geográfica del mundo narrativo. La creación de todo esto no será diferente a la de cualquier tipo de texto narrativo, con la diferencia de que se debe generar un mundo muy amplio del que se puedan sacar gran variedad de relatos. La historia, a su vez, será la que marque el *tempo* en el que se publicarán los relatos y en qué plataformas. El medio o la plataforma en la que se presente el primer relato puede ser cualquiera (Klastrup y Tosca, 2004), siempre que se adapte a lo que se quiere contar.
- b) La experiencia: se refiere a la importancia de la narrativa, la participación por parte de las audiencias, a detalles del mundo real para hacer la historia más convincente y a la importancia del gaming –técnicas de los juegos aplicadas a la historia para crear una mejor experiencia–. Según Pratten (2011), excepto el gaming, el resto de elementos son necesarios en toda NT.



- c) La audiencia: hay que conocer a la audiencia a la que va dirigida la historia para poder crear un producto de su agrado. De esta forma se podrá crear fidelidad, algo muy necesario para estos proyectos.
- d) Plataformas: “las plataformas correctas serán aquellas que mejor vengan al proyecto y al creador del mismo<sup>67</sup>” (Pratten, 2011, p. 28). Su elección para participar en un proyecto transmedia dependerá del tipo de historia que se quiera contar, así como aquéllas que sean más empleadas por la audiencia a la que se dirige el proyecto. Nunca deberían ser usadas las diferentes plataformas sólo por rellenar o porque al creador le gusten unas más que otras.
- e) Modelo de negocio: éste dependerá del público al que se dirija y de las capacidades económicas del proyecto, así como de sus pretensiones.
- f) Ejecución: puesta en práctica de lo visto en los puntos anteriores.

Klastrup y Tosca (2004 y 2014) van más allá, argumentando que el mundo transmedial se caracteriza por tres dimensiones distintas, el *mythos*, el *topos* y el *ethos*, formando lo que ellas denominan como el ‘*worldness*’. Se trata de una imagen mental que se forman tanto los fans como los creadores del mundo narrativo acerca de éste, que muestra qué se puede hacer con el tiempo y el espacio del mismo, así como de todo aquello que habita o tiene lugar en él (Klastrup y Tosca, 2004 y 2014). Esta imagen, por otra parte, puede cambiar a lo largo del tiempo, debido a representaciones que se hacen de ese mismo mundo en otros medios. Por ejemplo, el mundo narrativo de la Tierra Media fue reinterpretada por Peter Jackson en las películas de *El Señor de los Anillos* o el juego online basado en éstas: *The Lord of the Rings Online*<sup>68</sup> (Tur Viñes, 2004). No varían las leyes físicas, la historia o la mitología del mundo, tan solo su interpretación. Por lo tanto, como se acaba de apuntar, la experiencia de este mundo narrativo se genera con tres dimensiones:

---

<sup>67</sup> Traducción propia del original de Pratten (2011,p. 28): “The *right* plattformes are those that best suit you and the project”.

<sup>68</sup> Juego online creado en 2007 por la empresa Turbine, basado en el mundo narrativo de *El Señor de los anillos*.

- a) *Mythos*: son los antecedentes o trasfondo cultural del mundo narrativo, que tienen lugar en la historia original. Se trata de los mitos, personajes, historia y demás elementos que conforman la cultura de un mundo. Es lo que en este estudio se ha denominado con anterioridad como leyes físicas del mundo narrativo. Esto es común para todos los relatos de una historia transmedia. El *mythos* de cualquier proyecto transmedia hará creíble lo imposible (Bassa y Freixas, 1993), mediante una serie de conceptos propios de cada mundo narrativo que serán mostrados a los espectadores-usuarios.
- b) *Topos*: se refiere al espacio-tiempo en el que se desarrolla la historia. Es decir, la época en la que se desarrollan los acontecimientos y los lugares donde éstos tienen lugar. Podrá variar dependiendo de qué parte de la historia se esté contando en cada relato.
- c) *Ethos*: es la moral y la ética que propician el comportamiento de los personajes. Éstos deben ser válidos para todo el mundo narrativo –temas tabúes o creencias religiosas del mundo narrativo, por ejemplo– o para un grupo específico dentro de ese mundo. El *ethos* “es la imagen que el sujeto parlante da de sí mismo, y a veces a pesar de él, por el simple hecho de tomar la palabra<sup>69</sup>” (Herman, 2009, p. 1). Pero no sólo se define por lo que dice, sino que también por lo que hace, así como por el mundo al que pertenece, el cual marcará una serie de reglas de comportamiento.

Si cualquiera de estas tres dimensiones es obviada, la audiencia reaccionará mal, pues se está cambiando algo del trasfondo de la historia que la hará poco creíble y evitará la inmersión narrativa pretendida en cualquier proyecto de ficción. Tal y como dice Rosendo Sánchez (2016, p.57):

“Estas tres dimensiones conforman el mundo transmedial, la imagen mental que deben compartir tanto los productores, diseñadores o creadores de ese mundo como la audiencia, participantes o fans del mismo. [...] estas tres dimensiones [...] pueden cambiar y redefinirse con el tiempo a través de las sucesivas instanciaciones en distintos medios”.

---

<sup>69</sup> Traducción del original de Herman (2009, p.1): “L’ethos est l’image que le sujet parlant donne de lui-même, et parfois malgré lui, par le simple fait qu’il prend la parole”.

Más que cambiar y redefinirse, deberán actualizarse. Son esenciales a la hora de desarrollar una NT, pues dan muchas claves para su correcta elaboración y así no se producen rupturas de las ‘normas y leyes’ de un mundo narrativo. Han de tenerse en gran estima a la hora de redactar la biblia transmedia, pues son la base misma del mundo narrativo. Además, siempre que se añada una localización, un personajes, una trama, o cualquier elemento narrativo, ha de tener en cuenta estas dimensiones, para no crear inverosimilitudes y que todo siga fluyendo de la forma correcta (Klastrup y Tosca, 2014). Harvey (2014) resalta la importancia de la memoria en los proyectos transmedia, teniendo siempre en cuenta los contenidos ya publicados para de esta manera poder ser fieles a ellos, en cuanto a la historia, personajes, tramas y cronología. Hay que crear un mundo narrativo que el espectador acepte, con sus reglas y sus límites. Es primordial que el espectador se crea lo que ve.

En la estética transmedia, como en la creación del mundo narrativo, los medios en los que se expande la historia serán seleccionados en función de lo que la historia necesite. La NT usa diferentes medios creando una historia coordinada (Beddows, 2012).

Hay que tener muy presentes a los personajes, los cuales son los más importantes dentro de una NT. Sobre todo cuando aparecen en más de un medio. Deben ser reconocibles en un medio o en otro (Beddows, 2012), con sus características personales. Esto es así debido a su carácter central y como punto de *engagement* a la historia (Evans, 2008). Se necesitan personajes fuertes y bien elaborados en los diferentes medios que provoquen esa fidelidad para que la audiencia se dirija al resto de medios. Además, ellos son quienes llevan el peso narrativo de la historia.

### 8.3. LA NARRATIVA EN UN PROYECTO TRANSMEDIA

Pese a la mayor complejidad derivada de los mundos narrativos en una NT, se hace necesario observar cuáles son los principios fundamentales de la narrativa de ficción, para de esta forma detectar las posibles diferencias que existan entre estos macrorrelatos y los productos monomediáticos. La narrativa audiovisual actual tiene que adaptarse a los nuevos entornos (Llorca Abad, 2015).

La disciplina que estudia la narrativa es la narratología, la cual intenta definir las características de la misma mediante el análisis de los textos narrativos, que son aquellos en los que “un agente relate una narración” (Bal, 1990, p.13). A través de ella se pueden determinar cuáles son los elementos principales en toda obra de ficción que ayudan a definirla.

En el momento de crear una historia, lo más importante es saber qué se quiere contar, desde dónde se parte y a dónde se quiere llegar (Scolari, 2013a). La estructura de una historia transmediática es muy compleja, y ha de ser lo suficientemente extensa como para que tanto los consumidores como los creadores puedan explorarla por diferentes vías (Smith, 2009 y Scolari, 2013a). Por su parte, Vilches (2013, p.34) aduce que:

“La narración transmedia representa un proceso de acciones y acontecimientos que constituyen el eslabón de la cadena colaborativa. En el campo de la transferencia transmedia es también cognitiva, se realiza a través de la aportación de patrones narrativos cuyo origen proviene del cine, la televisión, la literatura o la música”.

Algunos autores han establecido una serie de componentes esenciales para toda narrativa, que cobran si cabe mayor importancia en una NT. Tienen que estar bien desarrollados para que la NT pueda seguir por el camino marcado. Scolari (2013a), secundado por Peris Blanes (2015), considera que éstos son la geografía, la historia y los personajes.

- a) Geografía: Toda NT tiene que dejar clara la ubicación en la que se encuentra el mundo narrativo, ya sea real o ficticia. La geografía en la que sucede la historia es un recurso narrativo fundamental a la hora de desarrollar los mundos narrativos. Dependiendo de ella, los relatos ofrecerán una serie de posibilidades u otras. Las localizaciones “son capaces de asumir una carga metafórica” (Peris Blanes, 2015, p. 120) que ayudan a la comprensión del relato.
- b) Historia: Son las acciones y sucesos que tienen lugar en el mundo narrativo. Un solo medio no puede abarcar el conjunto de la historia, ya que ésta puede ser infinita. Por lo tanto, se deben incluir elementos como las elipsis (Scolari, 2013a). Éstas implican un salto temporal dejando una parte del relato sin contar. Estos espacios vacíos, por su parte, son claves en la NT, pues pueden ser rellenados de manera oficial a través de relatos por otros medios, o por los prosumidores, ávidos de huecos con los que especular y crear.
- c) Personajes: Es esencial contar con personajes reconocibles y carismáticos que “desafíen al consumidor y lo inviten a conocer algo más de sus vidas” (Scolari, 2013a, p.81-82). Los personajes deben ser sólidos para que la audiencia se sienta más atraída por la historia (Long, 2007). El espectador tiene que desarrollar sentimientos hacia estos personajes que les hagan querer saber más sobre lo que les va a suceder y lo que les ha sucedido con anterioridad, para que de esta forma los mundos narrativos puedan “expandirse hasta lo infinito” (Peris Blanes, 2015, p.121). Los personajes ejercen su influencia sobre el relato, y son los que llevan el peso narrativo de los acontecimientos de la historia. Su importancia reside en que sus acciones condicionan la trama y la hacen avanzar. Long (2007, p.48) añade que “muchas narrativas transmedia no son la historia de un personaje, sino que tratan de la historia de un mundo<sup>70</sup>”. Según esto, la NT tiene que poner el foco en la historia más que en los personajes, ya que ésta es el núcleo principal y sobre el que gira todo.

---

<sup>70</sup> Traducción propia del original de Long (2007, p.48): “Many transmedia narrative aren’t the story of one character at all, but the story of a world”.

Los anteriores son, básicamente, los elementos necesarios que se le piden a una historia monomediática, pero con las características de distribución propias de un proyecto transmediático. Destaca sobre todo la importancia de dejar los huecos narrativos con los que debe contar una NT. Esta técnica de construcción de mundos que consiste en generar huecos narrativos que provoquen misterio a la audiencia, es denominada capacidad negativa (Long, 2007). En muchas ocasiones estos agujeros serán aprovechados por los prosumidores. Como argumenta Scolari (2013a, p.82),

“Un mundo narrativo debe contener espacios vacíos para que puedan ser expandidos transmedialmente o completados por los usuarios. Estas lagunas narrativas son una parte importante de las NT [...] En muchas ocasiones son los fanáticos quienes se lanzan a hacer hipótesis sobre el posible contenido de estos huecos, acrecentando la experiencia narrativa colaborativa”.

Pero estos huecos intersticiales no deben ser previstos tan sólo para la labor creativa de los prosumidores, sino también como estrategia expansiva del canon oficial.

Dena (2009) propone cuáles son las unidades dramáticas de la NT. Según esta investigadora, son las mismas que se encuentran en cualquier proyecto narrativo, ya definidas por Aristóteles (1974): unidad de tiempo, unidad de espacio y unidad de acción. Pero con la particularidad de que la NT ofrece más posibilidades en cada una de estas unidades. Dena (2009) hace una comparación a modo de ejemplo entre las unidades dramáticas del teatro y las del transmedia:

<b>Unidades dramáticas</b>	<b>Representación (Medios) / Mundo de ficción (Contenido)</b>	
	Teatro	Transmedia
<b>Unidad de acción</b>	Eventos limitados con una idea dominante	Múltiples eventos con una idea dominante
<b>Unidad de tiempo</b>	1-2 horas, un único día y de forma cronológica	Desde 10 minutos hasta años. Representaciones cronológicas, episódicas, constantes
<b>Unidad de lugar</b>	Único escenario, localizaciones limitadas	Múltiples medios, múltiples localizaciones

Tabla 3. Traducción propia de la comparación de las unidades dramáticas del teatro y del transmedia realizada por Dena (2009, p.266).

Dena (2009) explica que en teatro sólo hay unas pocas localizaciones en un solo entorno, mientras que un proyecto transmediático puede contar con gran cantidad de localizaciones, gracias a los múltiples medios y entornos en los que puede desarrollarse. Lo mismo sucede con la unidad de tiempo, ya que una obra de teatro está comprometida con la duración de la misma, “una representación teatral está limitada –normalmente– por la relativa corta duración de la obra<sup>71</sup>” (Dena, 2009, p.266). Por su parte, un proyecto transmedia puede alargarse en el tiempo todo lo que se desee, puesto que este tipo de producciones puede alargarse en el tiempo tanto como se desee, o por lo menos, tanto como las historia lo permita. En lo que respecta a la unidad de tiempo propone que en una obra teatral existe una cantidad limitada de eventos –debido al poco tiempo y espacio con el que se puede contar– mientras que en un proyecto transmedia se pueden observar múltiples eventos que surgen de una idea dominante, lo cual refuerza la idea del medio que tiene alrededor a otros medios orbitándolo.

Este ejemplo dado por Dena (2009) habla probablemente de los dos extremos, el teatro con sus limitaciones espaciales y temporales, y el proyecto transmedia, que parece no tener límites en las unidades narrativas. Existen otros medios como el cine o la televisión que pueden acercarse a lo que es

<sup>71</sup> Traducción propia del original de Dena (2009, p.266): “Is limited by the (usually) relatively short time of a performance”

el proyecto transmedia, pero cuenta con una diferencia sustancial, que no es otra que la expansión a través de múltiples medios. Si una historia quiere ser transmediática ha de poder expresarse a través de múltiples composiciones en diferentes medios, por lo tanto, “la historia inicial del mundo de ficción tiene que poder facilitar no sólo una historia o juego, sino muchos<sup>72</sup>” (Dena, 2009, p.267). Probablemente no todas las historias pueden ser objeto de ser un proyecto transmedia, para ello necesitan ser lo suficientemente complejas como para proveer de diferentes sucesos, lugares y personajes a un mundo narrativo mucho más amplio.

Como ya se ha argumentado en puntos anteriores, lo ideal es que una NT sea ideada desde el inicio como tal, “el mundo de ficción necesita facilitar posibilidades dramáticas<sup>73</sup>” (Dena, 2009, p.268). De esta forma podrá ser expandido en la dirección correcta, sin producir fallos argumentales de un medio a otro que hagan que la historia se vea afectada narrativamente.

El relato de un proyecto transmedia no cuenta con la linealidad narrativa (Pratten, 2011) con la que sí cuenta, normalmente, un relato monomediático. En cierta medida esto es verdad, ya que cada parte de la historia puede ser publicada en cualquier momento, de forma asincrónica y consumida en cualquier orden. Pero cuando se cuenta con todas las partes de la historia ya en emisión, o a disposición de la audiencia, la historia sí que es lineal. Es decir, la linealidad narrativa de la historia a través de los medios existe y éstos están disponibles para ser consumidos de esta manera. Pero como se ha dicho con anterioridad, cada medios es independiente del resto, cuentan historias diferentes comprensibles sin necesidad de conocer otras partes disponibles en otros medios. “la narración ‘transmedia’ posibilita la existencia de extensiones que, si bien pueden entenderse por sí solas [...], su sentido y significado aumentan en tanto que forman parte del conjunto, complementando y enriqueciendo la historia que es su origen” (Rodríguez Terceño et al., 2016). Por

---

<sup>72</sup> Traducción propia del original de Dena (2009, p.267): “The initial fiction world abstraction would need to facilitate not one story or game, but many”.

<sup>73</sup> Traducción propia del original de Dena (2009, p.268): “The fictional world needs to facilitate dramatic possibilities”.



ello, el consumo de los mismos puede realizarse en cualquier orden, de la forma que considere conveniente cada espectador-usuario.

Además, tal y como apunta Rodríguez Ferrándiz (2014), la transmedialidad crea puentes que unen los medios, pudiendo así atraer a nuevos públicos hacia partes de la historia que se encuentran en otros medios menos habituales para ellos.

#### **8.4. MEDIOS Y PLATAFORMAS**

La elección de un medio u otro es de vital importancia a la hora de crear un proyecto transmedia. Esta elección marca la diferencia sobre “qué historias pueden ser contadas, cómo son contadas, y por qué son contadas<sup>74</sup>” (Ryan, 2014, p.25). Cada contenido se adapta mejor a un medio que a otro, ya sea por factores narrativos o económicos. Por ejemplo, una película puede contar con una gran batalla, pero por falta de presupuesto no puede grabarse. En ese caso, se podría dejar la batalla para un cómic o un libro. Esta posibilidad que brinda la NT la hace muy apetecible de cara a los *storytellers*<sup>75</sup>, ya que les permite poder desarrollar toda la historia que quieran contar.

La elección de los medios influye también el impacto emocional que es capaz de generar sobre la audiencia, ya que no es lo mismo un medio u otro. “Cada medio o plataforma de comunicación genera diferentes experiencias – cognitivas, emotivas, físicas– de uso. No es lo mismo asistir a la muerte de un personaje en una pantalla cinematográfica –rodeados de otros espectadores– que leerlo en un cómic” (Scolari, 2013a, p.83). Cada medio tiene que saber aprovechar las características que lo hacen diferente al resto, explotando sus

---

<sup>74</sup> Traducción propia del original de Ryan (2014, p.25): “What stories can be told, how they are told, and why they are told”.

<sup>75</sup> Los *storytellers*, contadores de historias en su traducción al castellano, son aquellas personas encargadas elegir el enfoque de las historias, dónde se sitúa la acción, los factores que influyen en ella, etcétera. Es decir, es la persona que se encarga de dar ritmo y marcar el camino que debe seguir el relato. En el caso de la NT estará representado en la figura del productor transmedia. Los *storytellers* suelen ser los creadores de la idea original del proyecto.

fortalezas narrativas a la hora de contar historias. Habrá partes del mundo narrativo que requieran una serie de cualidades para reforzarse que sólo podrán conseguirse a través de un medio específico, y no con cualquier otro. Por ejemplo, quizá sea aconsejable que las partes de la historia más impactantes emocionalmente sean descritas en cine o televisión, pues son los medios que más puedan enfatizar estos aspectos –debido a sus técnicas narrativas–, además de ser los de mayor audiencia.

Scolari (2013a) propone a la televisión, el cine y los libros como medio para contar los eventos principales. Es lógico que estos tres medios se encarguen de ejercer como medio estrella del mundo de la NT, pues son los que más público pueden atraer –principalmente el cine y la televisión– y los que mejor pueden desarrollar las historias. En esta categoría podrán entrar también los cómics, ya que han demostrado que pueden ejercer como medio principal –*The Walking Dead*<sup>76</sup> o *Sin City*<sup>77</sup>– de grandes proyectos transmediáticos. No obstante, una NT puede iniciarse en cualquier medio y a partir de ahí expandirse por otras vías. Esta técnica narrativa no se cierra en sólo un puñado de medios que sirvan como medio estrella, sino que cualquiera puede ejercer ese papel.

El mundo narrativo puede comenzar en un medio, pero se irá difundiendo por otros que vayan ampliándolo irremediabilmente. El productor transmedia tiene que tener claro el “despliegue transmedia, determinando dónde, cuándo y cómo se expande la narrativa” (Scolari, 2013a, p.87). El orden en el que se deben activar los diferentes medios o plataformas para desarrollar la NT dependerá de cada proyecto, de sus propios requerimientos. No todos los mundos narrativos tendrán las mismas necesidades expansivas, sino que cada uno será diferente. En muchos casos los nuevos relatos producidos dependerán

---

<sup>76</sup> *The Walking Dead* es un cómic original escrito por Robert Kirkman y los artistas Tony Moore y Charli Adlard en el que se cuentan las aventuras de una familia tras un apocalipsis zombie. La primera publicación tuvo lugar en el año 2003, y continúa en la actualidad. Tras el enorme éxito cosechado por los cómics, la cadena de televisión estadounidense AMC produjo una serie de televisión (2010-actualidad) con el mismo nombre y basada en el mismo mundo narrativo. Información obtenida de [http://es.thewalkingdead.wikia.com/wiki/The\\_Walking\\_Dead](http://es.thewalkingdead.wikia.com/wiki/The_Walking_Dead).

<sup>77</sup> *Sin City* es un cómic realizado por Frank Miller en el año 1991 que fue posteriormente adaptado al cine con el mismo título, *Sin City* (Miramax Films, 2005). Información obtenida de [https://es.wikipedia.org/wiki/Sin\\_City](https://es.wikipedia.org/wiki/Sin_City).

tanto de los recursos obtenidos con los medios ya disponibles, así como de la respuesta de la audiencia a los mismos (Scolari, 2013a). En cada medio hay que representar una parte de la historia bien marcada, la que mejor se pueda adaptar a las características de cada uno, no utilizar algunos medios por el hecho de hacer el proyecto ‘más transmedia’. Lo más importante es la historia, más que la expansión a través de los medios. Si ésta no funciona como tal, nada más importará.

Existen distintos tipos de usuarios, y cada uno tiene un medio preferente. Esto se debe a que cada medio o plataforma propone una serie de experiencias distintas al resto. Por ello los productores transmedia tienen que saber detectar perfectamente qué va a reclamar cada consumidor, para así suministrar a cada medio el contenido que mejor se adapte al mismo. Entre otros aspectos, es importante conocer que hay medios “donde la experiencia es más individual (cómic) mientras que otros proponen un espacio de fruición social (como el muro de un personaje en Facebook); por otra parte, hay medios que se caracterizan por una mayor o menor participación” (Scolari, 2013a, p.88). Lo cual debe ser tenido en cuenta a la hora de desarrollar las expansiones narrativas. Por lo tanto, a la hora de desarrollar un proyecto transmedia, “la gestión adecuada implica adaptar los textos a cada canal” (Tur Viñes y Rodríguez Ferrándiz, 2014, p.121).

Elaborar una lista cerrada de medios susceptibles de formar parte de una NT es complicado, ya que cada vez existen nuevas posibilidades, y el límite está en la imaginación de los creadores de los proyectos. No obstante, Scolari (2013a) propone una en la que enumera los medios que pueden formar parte de un proyecto transmedia y qué necesidades podrían cubrir:

- a) Televisión: cuenta los eventos principales de la historia y puede desarrollar precuelas, secuelas, *spin-off*.
- b) Cine: mismas funciones que el anterior.
- c) Libros: mismas funciones que los dos anteriores.
- d) Cómic: igual que los tres anteriores.

- e) Websodios/mobisodios: desarrollo de contenidos intersticiales, *spin-off*, avances de la historia, resúmenes/recapitulaciones y generación de expectativas.
- f) Web: funciones de información, cuenta de forma no secuencial/multimedia, permite interacción y participación –Web 2.0–, y explorar el mundo narrativo.
- g) Apps: Informan, comparten, geolocalizan, participan y permiten ubicuidad.
- h) Videojuegos en línea: desafían, interactúan, planificación estratégica/táctica, sumergen al usuario en el mundo narrativo (algo que deberían hacer todos los medios), fomentan la cooperación y la competición, y permiten explorar los mundos.
- i) Videojuegos: Igual que el anterior.
- j) Redes sociales: permiten la conversación, compartir. Intercambiar y participar en comunidades online.
- k) Wikis: ofrecen la opción de informar, compartir, aprender y archivar información.
- l) JRA<sup>78</sup>: generan conversación, cooperación/competición, investigación, exploración y sumergen al usuario en el mundo narrativo de forma más intensa.

Entre estos medios se echan de menos otros no menos importantes y que pueden tener también gran importancia, como la radio, los medios impresos –periódicos, revistas– y el teatro en todas sus variantes. La música, en determinados casos también podría ser considerada un elemento transmedia<sup>79</sup>. Todo medio capaz de ofrecer información o contar historias es susceptible de formar parte de una NT, puesto que todos tienen la capacidad de expandir y aportar, haciendo mucho más rico e interesante el mundo narrativo. Eso sí,

---

<sup>78</sup> Algunos autores mencionan este tipo de juegos en su forma inglesa, *alternate reality games* –ARG en su abreviatura–. En este trabajo se referirá a ellos en su nombre en castellano y simplificándolo como JRA –juegos de realidad alternativa–

<sup>79</sup> Un ejemplo de utilización de la música como elemento transmedia se da en la serie de ficción *Los Serrano* (Telecinco, 2003-2008). Unos personajes de la serie creaban un grupo de música dentro de la ficción y, aprovechando el éxito del momento, se decidió sacar a la venta, en el mundo real, un disco con once temas inéditos interpretados por *Santa Justa Klan*, el grupo surgido de la ficción. Este disco supone una expansión de la NT de esta serie de televisión.

siempre y cuando se atengan a las características propias de esta técnica narrativa.

También cabe destacar la importancia de las redes sociales, y en especial *Facebook* y *Twitter*. Según Lacalle (2011, p.91) Twitter es “una de las redes sociales donde más se interactúa con la ficción”, contando incluso en algunas series con *twitersodios* (Rodríguez Ferrándiz *et al.* 2013, 2014 y Grandío y Bonaut, 2012), que son pequeños relatos relatados a través de esta red social.

Por lo tanto, se puede afirmar que todos aquellos medios que cumplan una función comunicativa pueden formar parte de esta técnica narrativa. No existe, o no debería de existir, ningún impedimento para que esto sea así. El límite está en la imaginación de los productores transmedia a la hora de aplicar distintos medios y plataformas para contar las historias.

Otra forma de expandir los contenidos e una NT, y que no son propiamente un medio, son los juegos de realidad alternativa –JRA–, en los que los participantes viven en primera persona una historia relacionada con el mundo narrativo de ficción. Generan contenido diegético, que puede ser explorado en el mundo real (Smith, 2009).

Se trata de actividades que se realizan alejadas del ecosistema mediático actual. Estos juegos exigen la cooperación de los participantes para poder resolver las pruebas que les exija el juego (Scolari, 2013a), siempre relacionadas con un mundo narrativo en concreto. Estas actividades podrían ser consideradas como juegos de rol en vivo, en los que los jugadores tienen que desempeñar un papel y resolver misterios en busca de un objetivo.

En este tipo de juegos el mundo de ficción se une al mundo real, haciendo que los participantes se sientan parte activa de la historia, provocando una inmersión narrativa mucho mayor. Los JRA expanden el universo narrativo, lo promocionan y hacen más fieles a los espectadores/consumidores.

Según Scolari (2013a, p.267-268), los principios en los que se basan los JRA son los siguientes:

1. Los JRA son una forma narrativa atomizada: estos juegos se dividen en diferentes elementos narrativos que los jugadores tendrán que unir para obtener las respuestas buscadas.
2. Los JRA, como cualquier narrativa, se desarrollan a lo largo de un eje temporal.
3. Los JRA utilizan todos los medios posibles y necesarios.
4. Los JRA combinan lo mediático con lo extramediático.
5. Los JRA son experiencias colectivas
6. Los participantes son las estrellas de un JRA.
7. Los JRA se fundan en el secreto, el descubrimiento, la inmersión y la colaboración.

Para que un JRA sea parte de una NT tiene que poder ‘jugarse’ por separado. Es decir, que gente que no conozca el mundo narrativo al que pertenece el juego tiene pueda jugar y entender lo que sucede en todo momento. De esta forma se pueden atraer nuevos espectadores/consumidores.

## 9. LA *BIBLIA* TRANSMEDIA

La *biblia* transmedia es el documento en el que se describe el mundo narrativo, incluyendo personajes, tramas, estilo del proyecto, expansiones narrativas, etcétera. Todo lo que existe o va a existir sobre un universo narrativo se encuentra en este documento, es el libro maestro del proyecto. “Esta guía describe la historia, tramas, personajes e incluso los detalles del mundo para facilitar la continuidad a través de todas las composiciones creadas por el mismo o diferentes equipos creativos<sup>80</sup>” (Dena, 2009, p.139). El mismo pensamiento sigue Scolari (2013a, p.106), quien dice que “la *biblia* transmedia define las características, delinea las fronteras y presenta las reglas de construcción del mundo narrativo”. Otra definición clave, aportada esta vez por Hayes (2011, p.2), argumenta que la *biblia* transmedia es “un documento que recoge los elementos narrativos y de diseño claves en las propiedades intelectuales, las reglas de *engagement*, las funcionalidades y diferentes técnicas a través de múltiples plataformas, y una visión general del pan de negocio y marketing<sup>81</sup>”<sup>82</sup>.

Esto es así para cualquier proyecto de ficción audiovisual, ya sea monomediático o transmedia. Pero en este último caso, hay que hacer especial hincapié en la elaboración de una *biblia* de proyecto como texto base, ya que habrá que crear mundos narrativos capaces de albergar múltiples personajes, historias y lugares que hagan la expansión y la creación de infinidad de tramas.

Cada medio tendrá acceso a una parte determinada de la *biblia* transmedia, a partir de la cual se producirá un segmento de la historia. El conjunto del mundo narrativo y su correcto desarrollo será llevado a cabo por el productor

---

<sup>80</sup> Traducción propia del original de Dena (2009, p.139): “This guide sets out the history, plots, characters and even details of the world to facilitate continuity across all compositions created by either the same or different creative bodies.”

<sup>81</sup> Traducción de Prádanos (2012b, p.2) del original de Hayes (2011, p.2): “A document that captures key story and design IP elements, rules of engagement, functionality and technical issues across multiple platforms, and an overview of the business/marketing plan”.

<sup>82</sup> A su vez, este mismo autor ideó una plantilla de *biblia* transmedia muy completa y útil de cara a desarrollar este tipo de documentos (Hayes, 2011). Cuenta con una traducción al castellano realizada por Prádanos (2012b).

transmedia, apoyándose siempre en este documento. La *biblia* transmedia es una herramienta que hace que los relatos tengan sentido y no surjan fracturas ni problemas narrativos, y en ella se delimita el mapa transmedial que permitirá crear nuevas expansiones con posterioridad (Rosendo Sánchez, 2015a). En el mundo profesional sucede lo siguiente:

“Profesionales e investigadores de la comunicación *cross-media* insisten en la necesidad de planificar el despliegue transmedia y no dejarlo al azar. Para evitar la dispersión narrativa o la aparición de ramificaciones que terminen haciendo añicos la coherencia del mundo ficcional, los *transmedia producers* también reivindican la creación de un documento básico que guíe el desarrollo del proyecto. [...] la *biblia* transmedia.” (Scolari, 2013a, p.105).

La elaboración de este documento es trabajo, o debería serlo, del productor transmedia del proyecto apoyado por el coordinador de guiones del mismo. Ellos deben tener el control total del universo narrativo, y son los encargados de que la *biblia* cuente todo lo necesario para la comprensión global del proyecto.

Escribir una *biblia* transmedia tiene que ser como escribir un libro de historia. Se narran los hechos, lugares y personajes que aparecerán en la historia. También detalles como el tono de la historia, el género, duración, y demás consideraciones narrativas. Tras esto se decidirá a qué medio se envía cada parte de la historia. La *biblia* transmedia dejará bien claro cuál es la historia central que guiará el desarrollo del resto, así como las leyes físicas del mundo narrativo y sus peculiaridades (*mythos, topos y ethos*). De este modo establece un medio que va a ejercer como estrella del sistema planetario transmedia, y que va a guiar al resto a modo de faro.

## **9.1 CONTENIDO DE LA *BIBLIA* TRANSMEDIA**

No existe un modelo único para la escritura de estos libros maestros, ya que va a depender de la forma de trabajar de cada productor transmedia y su equipo. No obstante algunos autores han desarrollado un esquema en el que



proponen qué debe incluir una biblia transmedia. Como se ha dicho en el punto anterior, Hayes (2011) elaboró un esquema muy interesante para el desarrollo de la biblia transmedia. Scolari (2013a) utiliza esta guía para explicar cómo elaborar la *biblia* transmedia. Según los dos autores, este documento debe contener un tratamiento, especificaciones funcionales, diseño de la producción, especificaciones tecnológicas y un capítulo de negocios y *marketing*:

- a) “El capítulo dedicado al tratamiento incluye una descripción pormenorizada de la trama, los personajes, los eventos y los lugares de la acción. Este capítulo también contiene los guiones“ (Scolari, 2013a, p.109). Contiene el contexto, qué va a pasar, cómo es el mundo, a qué leyes físicas se atiene, si es real o ficticio y demás consideraciones importantes para llevar a cabo el proyecto. Es decir, todo lo que sea necesario para desarrollar la historia. Los guiones se introducirán en este documento una vez hayan sido escritos por sus respectivos especialistas en cada medio, nunca de antemano, aunque pueda darse el caso de que a partir de un guion se cree una NT. Este apartado denominado tratamiento es esencial en toda *biblia* transmedia, pues es el que servirá de guía para las posteriores expansiones narrativas.

Capítulo	Sección	Contenido
<b>1. TRATAMIENTO</b>	Lema	Frase que se usa como gancho del mundo narrativo.
	Historia de fondo y contexto	Descripción del contexto histórico y mitología del mundo narrativo. <i>Mythos, topos y ethos.</i>
	Sinopsis	Resumen general del proyecto.
	Plot points	Principales elementos de la historia y tramas.
	Caracterización y actitud	Descripción pormenorizada de los personajes.
	Guiones	Guiones de los relatos que cuenten la historia del mundo narrativo.
	Argumentos/guiones centrados en el usuario	Definición de los usuarios a los que se dirige el proyecto.

Tabla 4 de elaboración propia, a partir de Hayes (2011) y Prádanos (2012b). El tratamiento en la *biblia* transmedia.

b) “Las especificaciones funcionales comprenden todas las indicaciones relativas a los diferentes medios que se emplearán, las líneas temporales y los eventos.” (Scolari, 2013a, p.110). La cronología de cada medio, con sus puntos de giro e hitos de la historia. También describirá otros aspectos importantes para un proyecto transmedia, como son los medios a través de los que se expandirá la historia o cómo generar fidelidad en los espectadores, entre otras cosas.

Capítulo	Sección	Contenido
<b>2. ESPECIFICACIONES FUNCIONALES</b>	Formulario multiplataforma	Lista y definición de los elementos multiplataforma que van a ser utilizados para el desarrollo del proyecto.
	Normas de <i>engagement</i>	Se definen los aspectos de interfaz y usabilidad de los elementos multiplataforma.
	Plataformas y canales	Lista de plataformas y contenido de las mismas.
	Visión general del servicio	Como el anterior pero con más nivel de detalle. Se incluirían la tramas y personajes.
	Viaje del usuario	Diagrama que describe las rutas que puede seguir el consumidor a través de las plataformas y canales.
	Eventos clave	Descripción narrativa del viaje del usuario.
	Cronogramas	Línea de tiempo del mundo narrativo.
	Interfaz y branding	Previsión de los posibles cambios que puedan sufrir elementos como la marca a lo largo del tiempo.

Tabla 5 de elaboración propia, a partir de Hayes (2011) y Prádanos (2012b). Especificaciones funcionales en la *biblia* transmedia.

c) “Las especificaciones de diseño incorporan todo el material gráfico vinculado al proyecto: [...] estética general del mundo narrativo, borradores de interfaces, guía de estilo e indicaciones precisas sobre los diferentes productos derivados [...]” (Scolari, 2013a, p.110). Cada mundo narrativo tiene que ser reconocido por sus características propias de imagen, diferenciándose del resto. Se trata de las guías visuales que seguirá cada uno de los medios involucrados en el desarrollo de la historia. Además, debe incluir los aspectos visuales más importantes que darán un sentido general al mundo narrativo completo, es decir, todo aquello que haga reconocible la historia y sea rápidamente ubicada por los espectadores. Un buen ejemplo de esto serían los títulos de las películas de *The Matrix*, donde una serie de letras, números y símbolos de color verde caen desde arriba hacia abajo. Este diseño hace que los espectadores encuadren los relatos dentro de un mundo narrativo muy concreto con facilidad. Consiguen que sea reconocible y diferenciado del resto.

Capítulo	Sección	Contenido
<b>3. ESPECIFICACIONES DE DISEÑO</b>	Diseño estético	Descripción de los ambientes de la historia.
	Introducción a las directrices de branding y diseño	Descripción de la filosofía de la marca.
	Storyboard	Ilustraciones de las secuencias de la historia.
	Wireframes	Mapas detallados de la interfaz de las plataformas.
	Guía de estilo, color y especificaciones de las fuentes	Diseño visual del proyecto.
	Diseño de estilos en medios	Estilo de los archivos multimedia –sonido, imagen–.
	Lista de activos completa	Lista de los bienes que se van a producir.

Tabla 6 de elaboración propia, a partir de Hayes (2011) y Prádanos (2012b). Especificaciones de diseño en la *biblia* transmedia.

d) “Las especificaciones tecnológicas hacen referencia a [...] la arquitectura informática utilizada hasta los sistemas de gestión de contenidos, pasando por los diferentes formatos y plataformas para gestionar los usuarios. Las NT, nunca hay que olvidarlo, son contenidos en red”. (Scolari, 2013a, p.110). Es decir, la dispersión de la historia principalmente a través de la red, pero también por los medios tradicionales, y todas aquellas herramientas que han de ser empleadas para llevarlo a cabo.

Capítulo	Sección	Contenido
<b>4. ESPECIFICACIONES TECNOLÓGICAS</b>	Visión tecnológica de la plataforma	Argumentación del uso de las plataformas.
	Arquitectura del sistema	Muestra de cómo se conectan entre sí las diferentes plataformas.
	Detrás de la magia de la tecnología	Se resaltan aspectos del proyecto que hacen que se pueda comercializar.
	Servicio de construcción de infraestructura	Incluye los motores multiplataforma que se utilizarán –por ejemplo, Android, iOS, etcétera–.
	Metodología de dispositivos	Detalles de funcionamiento de cada dispositivo utilizado.
	Gestión de usuarios	Define cómo se gestionan los datos recogidos de los usuarios.
	Gestión de contenido, back-end y servidores	Descripción de la administración de los recursos multimedia.
	Codificación y programación	Se detallan los elementos específicos que tienen que ser creados de cero.
	Test de control de calidad	Test sobre el funcionamiento de los elementos.

Tabla 7 de elaboración propia, a partir de Hayes (2011) y Prádanos (2012b). Especificaciones tecnológicas en la *biblia* transmedia.

- e) “Finalmente, el capítulo dedicado a los negocios y el *marketing* abarca todos los aspectos económicos del proyecto: *target*, modelo de negocio, presupuestos, indicadores de éxito, etc. Este capítulo se complementa con las informaciones relativas a la gestión jurídica de los contenidos y el *copyright*.” (Scolari, 2013a, p.110).

Capítulo	Sección	Contenido
<b>5.NEGOCIO Y MARKETING</b>	Objetivos	Objetivos que se marca el proyecto.
	Indicadores de éxito	Se define cómo van a ser medidos los objetivos.
	Necesidades del usuario	Se define la idoneidad de la utilización de los elementos.
	Target de la audiencia y marketing	Definición del público objetivo.
	Modelos de negocio	Cómo se generan los ingresos.
	Proyecciones, presupuestos y cronogramas	Detalle de los ingresos probables y planificación temporal.
	Equipo de producción	Desglose del equipo humano.
	Estado del proyecto y próximos pasos	Balance del funcionamiento del proyecto.
	Derechos de autor, propiedad intelectual y licencias	Define quién es el dueño de la propiedad intelectual, licencias legales utilizadas, etcétera.
	Resumen y llamadas a la acción	Resumen del proyecto y reiteración de las ideas fundamentales del mismo.

Tabla 8 de elaboración propia, a partir de Hayes (2011) y Prádanos (2012b). Negocio y marketing en la *biblia* transmedia.

Como se puede observar, en la *biblia* transmedia debe aparecer absolutamente todo lo relacionado con un proyecto. Nada se deja al azar. Para finalizar con este punto, en el siguiente esquema se muestra, a modo de ejemplo, la plantilla elaborada por Hayes (2011) para comprender cómo se trabaja un documento de este estilo:

Como se puede apreciar, es una plantilla bastante completa que sirve como ejemplo para conocer cómo debe ser una *biblia* transmedia. No obstante, este libro maestro debería cubrir todo lo descrito en las partes de ‘tratamiento’, ‘especificaciones funcionales’ y ‘especificaciones de diseño, que es donde se

define de forma precisa la narrativa del proyecto. Los puntos de ‘especificaciones tecnológicas’ y ‘negocio y marketing’ debería situarse fuera de la biblia transmedia, en otro documento que se podría denominar ‘plan de negocio transmedia’. Este último documento abarcaría todo aquello no relacionado con la historia que se va a narrar a través de los diferentes medios, como por ejemplo, los presupuestos o el modelo de negocio.

## 10. SÍNTESIS DEL MARCO TEÓRICO

Tras lo visto hasta ahora en el marco teórico se pueden llegar a algunas conclusiones sobre la NT que ayuden al estudio de caso posterior. Queda claro que la NT es un sistema complejo en el que los relatos se relacionan entre ellos de forma directa o indirecta<sup>83</sup>, creando mundos narrativos infinitos y llenos de posibilidades. Por lo tanto, las claves de esta técnica para desarrollar historias más complejas son las siguientes:

- a) La historia del mundo narrativo se cuenta a través de diferentes medios.
- b) Cada medio hace lo que se le da mejor, aprovechando sus características técnicas y narrativas.
- c) Cada medio es comprensible en sí mismo, no hace falta conocer todos los relatos para comprender cada uno de manera individual. Por lo tanto, cada medio ejerce como puerta de acceso al mundo narrativo. En algunas ocasiones es probable que haya textualidades que necesiten de otras partes de la historia para ser comprensibles, dando lugar a narrativas cross-media.
- d) Requiere de espectadores activos y comprometidos.
- e) La clave para crear el mundo narrativo es la expansión de la historia, nunca la comprensión.
- f) El contenido debe estar sincronizado para evitar rupturas narrativas, por lo que se requiere un control centralizado a través de la figura del productor transmedia, quien se valdrá de la biblia transmedia para enarbolar una historia válida.

A modo de resumen, estos seis puntos son los necesarios para el correcto desarrollo de toda NT. De esta manera, las conclusiones que se desprenden de lo estudiado hasta ahora son:

---

<sup>83</sup> Una relación de forma directa entre dos textos propicia la aparición de una narrativa cross-media, ya que al menos uno de los relatos dependería del otro para ser comprensible. Una relación de forma indirecta entre dos textos es la NT tal y como se ha expuesto en el marco teórico del presente trabajo.

- a) La NT no depende de mecanismos de distribución específicos, cada historia tendrá unas necesidades propias que le lleven por unos medios u otros. Las estrategias basadas en la NT crean ventajas competitivas porque se necesita más de un medio para llevarlas a cabo, lo cual hace que existan múltiples formas de presentar los contenidos a los consumidores. Además, fortalece el compromiso de éstos con respecto a los contenidos generados alrededor de un mundo narrativo (Jenkins, 2008).
- b) Es importante que una NT lo sea desde el principio, no transmedializar un proyecto a posteriori. De esta forma el control de la historia será mucho mayor, sin problemas narrativos durante su desarrollo a través de los diferentes medios. Igualmente, llevar a cabo un proyecto transmedia nativo implica arriesgarse más en términos de inversión, por lo que los creadores y productores “deben trabajar la implicación de los públicos desde el primer momento” (Costa Sánchez, 2013, p.563).
- c) La interacción social es parte esencial de la comunicación transmedia, donde los espectadores intercambian opiniones, ideas y creaciones. De esta forma el producto no para de crecer, generando mayor fidelidad y *engagement* en los fans, y atrayendo a otros gracias al trabajo realizado por ellos mismos como prosumidores.
- d) Por su parte, *Producer’s Guild of America* (PGA New Media Council, 2007, 2 de octubre) considera que un proyecto transmedia debe involucrar al menos tres medios o plataformas. Esto no debería de ser así, ya que cada historia tiene sus propias necesidades. Por otro lado, las adaptaciones no son consideradas parte de la NT de un proyecto –con la excepción de los sistemas narrativos binarios–, al igual que los contenidos que no expandan la historia.
- e) En un principio la NT no se fija en las tecnologías –aunque saca partido de ellas y sus posibilidades–, sino en la historia. Un vez ésta esté desarrollada, se decidirá qué medios soportarán cada contenido. Cada medio que se sume al mundo NT de una historia hará que esta crezca exponencialmente. La NT constituye una experiencia en la que lo importante no son los medios sino el contenido: las tramas, los



personajes y espacios. De esto dependerá el éxito del producto final y los medios por los que será distribuido. Por ello, es totalmente necesario un correcto desarrollo del *mythos*, *topos* y *ethos* de una historia.

- f) La NT tiene como base la serialidad a través de los medios, no de forma monomediática (Rodríguez Ferrándiz, 2014).
- g) La NT es consecuencia de la convergencia de los medios, y surge principalmente por y para los nativos digitales, quienes exigen una dispersión mediática de los contenidos. Estos espectadores/usuarios “se han convertido en el paradigma de un nuevo modelo de consumidor, producto del ambiente de convergencia mediática y social” (Guerrero, 2010, p.5). Por ellos se puede afirmar con total seguridad que la NT es la técnica narrativa del futuro.
- h) La NT supone la inclusión de nuevos medios en el desarrollo de la historia, por lo que aparecerán nuevas formas narrativas aplicadas a ellos. Es una técnica que, además, permite que las cadenas y productoras creen una cantera de jóvenes talentos en las artes del audiovisual. Muchos contenidos pueden ser realizados por las mismas productoras que desarrollan los contenidos principales, las cuales pueden contar con sus auxiliares y ayudantes de cada departamento como máximos responsables de la elaboración del producto, tal y como se suele hacer en la producción de telepromociones.
- i) La actual ecología mediática y la facilidad para acceder a los diferentes medios hacen que se vea favorecida la creación de contenidos por parte de los fans. Éstos utilizan los mundos de ficción desarrollados por las productoras y las cadenas de televisión para dar rienda suelta a su imaginación y contar partes de la historia no mostradas de manera oficial. Es importante que los ‘dueños’ oficiales de los mundos de ficción no vean a estos prosumidores como enemigos que intentan robar ideas o apropiarse de su trabajo, sino como aliados con los que expandir la imagen del mundo narrativo para engrandecerlo y hacerlo aún más visible. Como argumenta Scolari (2013a, p.223), “los mundos narrativos se mantienen semiótica y comercialmente en vida gracias a la actividad de los seguidores más fieles”. Las cadenas de televisión y productoras

deben crear espacios para los fans, lugares de reunión donde comparta experiencias y creaciones propias. Estos espacios han de ser de fácil acceso y visibilidad.

- j) Es necesaria la elaboración de una biblia transmedia donde todo el proyecto esté explicado minuciosamente: desde la geografía de la historia, su temporalidad, personajes, tramas y leyes físicas –*mythos*, *topos* y *ethos*–, hasta la dispersión a través de los medios. En adición, para la creación de un mundo narrativo es necesario usar ciertas técnicas, como dejar huecos narrativos sin contar para poder desarrollar expansiones posteriormente. Es importante también hacer que la audiencia sienta la necesidad de explorar el mundo narrativo y que exija más contenidos.

Con todo esto, pues, parece ser que la NT puede ser considerada como la técnica narrativa total. Gracias a ella las historias pueden ser desarrolladas completamente, sin dejar ningún tipo de resquicio argumental. Parece, por lo tanto, que la NT será la técnica narrativa más ventajosa para los grandes grupos mediáticos, que tendrán que saber aprovechar bien sus beneficios.

## **PARTE II: METODOLOGÍA**

## 11. METODOLOGÍA

La NT de la ficción española ha sido abordada ya en algunos casos, destacando el estudio de series como *Águila Roja* (Costa Sánchez y Piñeiro Otero, 2012a y Guerrero Pico, 2014) y *El Barco* (Grandío y Bonaut, 2012) entre otras. Merecen mención especial también el trabajo de Rodríguez Ferrándiz et al. (2014), en el que se desarrolla el estudio del universo transmedia de todas las series emitidas durante 2013, y el de Scolari et al. (2012a), que estudió las series de ficción nacional *Las Tres Mellizas*, *Serrallonga*, *Águila Roja* e *Infidels*. Estos trabajos y su método sirven como principal referencia para la elaboración de la metodología de la presente tesis, seleccionando algunas ideas de cada uno de ellos.

El estudio de Rodríguez Ferrándiz et al. (2014), analiza diferentes series producidas en España y su transmedialidad. En su caso se partió de una estrategia inductiva –búsqueda de materiales transmediales– en combinaron con una estrategia deductiva, utilizando calificaciones académicas ya existentes. Su investigación, además, diferencia los contenidos oficiales de los no oficiales<sup>84</sup>.

Para la realización de su estudio, Rodríguez Ferrándiz et al. (2014) tomaron como referencia los *touchpoints*<sup>85</sup> propuestos por Askwith (2007), lo cuales son resumidos a continuación:

- a) Acceso expandido: Son aquellos contenidos que no proveen al universo transmedia de contenido novedoso u original, sino que sirven como nuevo punto de acceso a través de diferentes plataformas (Askwith, 2007). Son productos que “recogen íntegramente, sin alteración, la emisión televisiva” (Rodríguez

---

<sup>84</sup> En el presente estudio sólo se observarán los contenidos oficiales, identificando cuáles cumplen las características de la NT descritas en el marco teórico. De esta forma se pretende detectar qué cantidad de contenido se genera realmente para la NT de una ficción.

<sup>85</sup> En palabras del propio Askwith (2007,p.53), la definición de *touchpoint* “se utiliza como una especie de cajón de sastre que describe cualquier contenido, actividad, u oferta estratégica que permite al consumidor de los medios identificarse con una marca televisiva de cualquier forma, no sólo viendo el contenido del programa principal, ya sea en tiempo real o diferido”. Es lo que aquí se ha denominado como universo transmedia.

Ferrándiz et al., 2014, p. 79), tales como los DVD/Blue Ray, dispositivos móviles, vídeo en *streaming*, vídeo bajo demanda, etcétera.

- b) Contenido adaptado: Se trata de la elaboración de nuevos contenidos mediante la “manipulación, reorganización, extracción, replicación, reutilización, readaptación o adaptar el contenido de los programas principales<sup>86</sup>” (Askwith, 2007, p.57). Es decir, son contenidos que no aportan nada nuevo al mundo narrativo, pero si amplían la cantidad de contenidos pertenecientes al universo transmedia. No obstante, pueden servir como punto de entrada a la historia, con la finalidad de “orientar al espectador ocasional, no fidelizado” (Rodríguez Ferrándiz et al., 2014, p.79). Así mismo, en esta categoría tendrían cabida aquellos materiales promocionales como spots o tráilers, o contenidos como las recapitulaciones o avances que aparecen antes y después de un capítulo de una serie de ficción (Ferrándiz et al., 2014).
- c) Contenido expandido: En su tesis de máster, Askwith (2007) denomina a este punto como *ancillary content*<sup>87</sup>, pero fue rebautizado por Rodríguez Ferrándiz et al. (2014) como ‘contenido expandido’, puesto que el término propuesto por el primer autor es demasiado restrictivo, y puede llevar a pensar que existe una subordinación absoluta al medio estrella. Por lo tanto, este tercer *touchpoint* hace referencia a todos los contenidos nuevos que expanden la historia hacia nuevos límites. Existen tres categorías de contenidos dentro de este punto, que son 1) las extensiones textuales, 2) la información relevante y 3) la información extratextual. La primera hace referencia a la expansión de la historia a partir de nuevos relatos; la segunda “apuntala el universo ficcional con detalles que conforman una

---

<sup>86</sup> Traducción propia del original de Askwith (2007, p.57): “[...] manipulates, re-organizes, excerpts, replicates, reuses, repurposes or adapts a show’s core content”.

<sup>87</sup> La traducción literal de este término expuesto por Askwith (2007, p.59) sería ‘contenido auxiliar’ o ‘contenido adicional’. En este punto se considera que la nueva denominación del mismo propuesta por Rodríguez Ferrándiz et al. (2014) se adapta mejor a la realidad del contenido al que se refiere.

especie de conocimiento enciclopédico dentro de la ficción” (Rodríguez Ferrándiz et al., 2014, p.81), y la tercera categoría muestra contenidos acerca de los procesos de creación de los mundos narrativos o de información relativa a los protagonistas y creadores de la historia –por ejemplo vídeos detrás de las cámaras–. Atendiendo a lo visto en el marco teórico, esta tercera categoría no pertenecería a la NT del proyecto, sino a otro mundo narrativo que se denominaría documental de la producción transmedia –DPT–.

- d) **Productos de la marca:** En este punto se refiere a los objetos derivados del mundo narrativo tanto gratuitos como de pago. Ejemplos de esto pueden ser los salvapantallas del ordenador, camisetas, gorras, figuras de acción, tazas de desayuno u otros productos de merchandising.
- e) **Actividades relacionadas:** Son actividades cuya temática gira en torno al mundo narrativo en las que los consumidores han de adoptar un rol activo. Se trataría, por ejemplo, de los puzzles, los juegos temáticos o los juegos de rol. Los juegos de realidad alternativa –JRA– formarían también parte de esta categoría.
- f) **Interacción social:** Este *touchpoint* hace referencia a la movilización de los espectadores y fans promovida por las cadenas de televisión. Askwith (2007) entiende que existen tres tipos diferentes de interacción: la relación horizontal, la relación vertical y la relación diagonal. La primera se produce entre los espectadores del programa que, entre otras cosas, comentan y analizan los programas a través de plataformas creadas para tales efectos. Por su lado, la relación vertical describe la relación que existe entre los espectadores y el programa de manera directa. Por último, la relación diagonal describe la relación ficticia existente entre los espectadores y los personajes de la historia, ya sea a través de blogs, juegos de realidad alternativa, etcétera (Rodríguez Ferrándiz et al., 2014).

- g) Interactividad: Según Askwith (2007) existen distintos tipos de interactividad, que son la interactividad mecánica, que consiste en la utilización del mando a distancia para seleccionar lo que se quiere ver, y la interactividad de activación, cuya finalidad es que el espectador lleve a cabo una acción que conlleve una reacción por parte del contenido. Para este autor, el tipo de interactividad más interesante es el de activación, y lo divide en contribuciones reconocidas e interacciones influyentes. Las primeras “se producen en aquellos puntos de encuentro con la narración que prevén y proveen una ocasión estructurada, planificada, para que los usuarios contribuyan y vean dicha contribución reconocida o incluso recompensada” (Rodríguez Ferrándiz et al. 2014, p.83), mientras que el segundo tipo permite influir en el desarrollo de la historia.

Estos *touchpoints* desarrollados por Askwith (2007) y que han sido utilizados como referencia por Rodríguez Ferrándiz et al. (2014), y tantos otros autores, también sirven como referencia para la presente tesis<sup>88</sup>, así como otros importantes estudios, como el realizado por Scolari et al. (2012a), en el que se hicieron una serie de preguntas que se respondían atendiendo a una metodología cualitativa de análisis de contenidos. Estas cuestiones son:

- a) Características del mundo narrativo y del proceso de expansión transmediático: ¿cuál es la extensión del universo narrativo? ¿En qué medio comenzó? ¿Cómo fue llegando el relato a los otros medios? ¿Cómo se expresan en los diferentes géneros estos procesos expansivos? ¿Qué estrategias de expansión se han aplicado? ¿Es posible clasificar esas estrategias?
- b) Si existen diferentes líneas o arcos narrativos: ¿cómo se manifiestan en los diferentes medios? ¿Se producen fenómenos de independización narrativa como la creación de *spin-off*?

---

<sup>88</sup> Véase las tablas 11, 12 y 13 –páginas 154, 156 y 159 respectivamente– del universo transmedia. Las variables de la misma han sido obtenidas, entre otras fuentes y aportaciones personales, de los *touchpoints* elaborados por Askwith (2007) en su tesis de máster.

- c) Construcción de lectores modelos: ¿cómo se construye un lector modelo o implícito en un conjunto textual transmediático? ¿Puede un conjunto textual transmediático construir varios lectores modelos, uno por cada medio? ¿Qué competencias debe poner en juego un receptor para reconstruir e interpretar un mundo? ¿Cambia el contrato de lectura de un medio a otro?
- d) Procesos de interpretación, reapropiación, expansión y compresión narrativa por parte de los prosumidores: ¿qué sucede con los procesos de interpretación y la construcción de los mundos posibles cuando se desarrollan de manera colaborativa en las redes sociales? ¿Qué tipo de textos generan los prosumidores? ¿Cómo se vinculan estos textos pertenecientes al dominio del fandom con el relato oficial –canon–? ¿Es posible clasificarlos?

La mayoría de las investigaciones sobre la NT cuentan con una metodología que utiliza técnicas tanto cuantitativas como cualitativas, pero por lo general, la mayor parte de los investigadores se decantan por una metodología del tipo cualitativo para el estudio de esta técnica narrativa. Esto parece lógico, ya que como argumenta Scolari (2009a, p.172):

“Resulta más rentable en términos teóricos estudiar las contaminaciones, desplazamientos y apropiaciones dentro de esta semiosfera interactiva que quedarse obnubilado frente al dato cuantitativo. El concepto de masa crítica se puede enriquecer –sin abandonar su valor matemático– desde una perspectiva cualitativa. En pocas palabras, no basta con contabilizar el número de usuarios de un sistema, sino que también se debería analizar cómo ese sistema se relaciona con otros y qué tipo de transformaciones emergen de esa red de concatenaciones.”

El mismo Scolari (2009a, p.57) se apoya en los investigadores Gauntlett y Horsley para defender “el total fracaso de un estilo vacío Made in USA de investigación cuantitativa’ que se complementa con una ‘ausencia de una investigación cualitativa imaginativa” (Gauntlett y Horsley, 2004:4)”. Cuando se trata de investigar acerca de cualquier tipo de narrativa, como lo es la NT, sin



una metodología cualitativa de calidad es muy difícil poder llegar a conclusiones válidas.

Esta técnica narrativa es maleable ya que, en definitiva, se trata de una forma de arte, por lo que medirla de una forma cuantitativa es muy complicado (Long, 2011) al existir poco o ningún control sobre el comportamiento de los casos a analizar (Costa Sánchez y Piñeiro Otero, 2012a). Por ello una metodología basada en técnicas cualitativas parece ser la mejor forma de afrontarla en una investigación. “El estudio de la narrativa transmedia, por lo tanto, es el estudio de un mundo narrativo que se despliega en distintos medios<sup>89</sup>” (Dena, 2009, p.18), que puede ser definida como “una nueva dimensión multimodal, que sitúa el análisis de la narrativa en el centro del programa de investigación<sup>90</sup>” (Scolari, 2009b, p.589). Por lo que cuantificarlo es bastante engorroso, más allá de poder obtener porcentajes sobre diferentes variables, como se verá en la metodología que se aplica a este estudio y que se pasa a detallar a continuación.

### **11.1. PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO**

Tras lo recientemente mencionado en este mismo capítulo, para la elaboración de esta investigación se ha decidido tomar como referencia, principalmente, algunas de las técnicas que se han considerado más adecuadas para llevar a cabo el proyecto. Hay que mencionar también la propuesta metodológica para este tipo de narrativa que han ideado García Carrizo y Herrero Díaz (2015), la cual es bastante similar a la que se presenta a continuación. No obstante, se han añadido algunos elementos que pretenden enriquecer los resultados finales.

Por lo tanto, la metodología de esta tesis doctoral se fundamenta en la triangulación metodológica, utilizando diferentes métodos, perspectivas y datos

---

<sup>89</sup> Traducción propia sacada de Dena (2009, p.18): “The study of transmedia storytelling, therefore, is the study of a storyworld unfolding across media platforms”

<sup>90</sup> Traducción propia obtenida de Scolari (2009b, p.589): “TS can be seen as a new dimensión of the multimodal discourse, wich situates the analysis of the narrative at the center of the research program”

en la investigación. Se han utilizado tanto técnicas cualitativas como cuantitativas, para así obtener mejores resultados. Con las primeras se conseguirá una información más enriquecedora y profunda de los contenidos con los que cuentan las series de ficción españolas, mientras que la segunda ofrece la posibilidad de obtener y medir datos numéricos (García Galera y Berganza Conde, 2005) que serán obtenidos a través de los resultados de la investigación cualitativa.

Se ha partido de un razonamiento deductivo para llegar a un razonamiento inductivo. Es decir, primero se han analizado las principales teorías acerca de la NT –marco teórico– para después, mediante la técnica del análisis de contenido, observar si se cumple, o no, lo estudiado de forma teórica, analizando todos los contenidos de la serie de ficción EMDT. Este tipo de análisis consiste en “el examen sistemático y replicable de los símbolos de comunicación” (Sánchez Aranda, 2005, p.212).

Mediante el estudio cualitativo de los contenidos de la ficción elegida, se determinará cuáles de ellos forman parte de la NT y cuáles no. Este método, además, permitirá, entre otros, la posterior cuantificación del impacto de la Web 2.0 sobre la NT. Esto se llevará a cabo mediante la creación de una serie de variables que permitan medir si realmente aportan y expanden, funcionando como herramientas de esta técnica narrativa.

Para el análisis de contenido se ha seleccionado la serie de ficción EMDT, la cual ha sido emitida durante el *prime time*<sup>91</sup> de los años 2015 y 2016<sup>92</sup>. Esta serie pertenece a La 1 de TVE<sup>93</sup>, uno de los canales públicos en España. La elección de esta serie se debe a su clara vocación transmediática desde el inicio, algo que no había sucedido hasta su estreno en España. EMDT “proyectó una compleja estrategia de expansión narrativa con una sorprendente riqueza –en

---

<sup>91</sup> El *prime time* es la franja horaria en la que más espectadores consumen la televisión, que va desde las 20:30 horas hasta las 24:00 horas. Estos datos han sido obtenidos de ‘Análisis televisivo 2015’ elaborado por la empresa ‘Barlovento Comunicación’.

<sup>92</sup> Durante el año 2017 se emitirá la tercera temporada, y será estrenada también en la plataforma de vídeo bajo demanda ‘Netflix’.

<sup>93</sup> Televisión Española, empresa que gestiona la televisión pública.

su combinación de nuevos medios y medios tradicionales– y coherencia” (Cascajosa Virino y Molina Cañabate, 2016, p.121). Esto muestra la idoneidad de su elección para llevar a cabo la presente investigación.

Hasta la fecha, se han emitido en televisión dos temporadas completas de esta serie, lo que permitirá, entre otras cosas, ver la evolución de la NT de una temporada a otra. Su emisión tuvo lugar en los años 2015 y 2016. Durante este período se han emitido muchas otras ficciones tanto en TVE como en el resto de cadenas –todas ellas privadas–. En la siguiente tabla se muestra el universo de series de ficción españolas emitidas durante 2015 y 2016:

<b>Series españolas emitidas en el año 2015</b>				
<b>Televisión Española (TVE) <sup>94</sup></b>	<b>Antena 3<sup>95</sup></b>	<b>Cuatro<sup>96</sup></b>	<b>Telecinco<sup>97</sup></b>	<b>La Sexta<sup>98</sup></b>
Víctor Ros (T*.1)	Sin Identidad (T.2)	Gym Tony (T.1, 2 y 3)	El Príncipe (T.2)	Refugiados (T.1)
El Ministerio del Tiempo (T.1)	Algo que Celebrar (T.1)	Rabia (T.1)	Alatriste (T.1)	
Acacias 36 (T.1 y 2)	Bajo Sospecha (T.1)		Los Nuestros (T.1)	
Seis Hermanas (T.1)	Vis a Vis (T.1)		Aquí Paz y Después Gloria (T.1)	
Carlos, Rey Emperador (T.1)	Allí Abajo (T.1)		Anclados (T.1)	
Olmos y Robles (T.1)	Mar de Plástico (T.1)			
Águila Roja (T.8)	Amar es Para Siempre (T.3 y 4)			

\* Temporada.

Tabla 9, de elaboración propia. Series españolas emitidas en el año 2015. Datos obtenidos de las páginas web de ficción de las cadenas de televisión y del ‘Anuario de Estrenos de Ficción 2015’ elaborado por Atresmedia.

<sup>94</sup> Página web de Televisión española: <http://www.rtve.es/television/>

<sup>95</sup> Página web de Antena 3: <http://www.antena3.com/series/>

<sup>96</sup> Página web de Cuatro: <http://www.cuatro.com>

<sup>97</sup> Página web de Telecinco: <http://www.telecinco.es>

<sup>98</sup> Página web de La Sexta: <http://www.lasexta.com/series/>

Series españolas emitidas en el año 2016				
Televisión Española (TVE)	Antena 3	Cuatro	Telecinco	La Sexta
Víctor Ros (T.2)	Bajo Sospecha (T.2)	Gym Tony (T.3 y 4)	El Príncipe (T.2)	
El Ministerio del Tiempo (T.2)	Vis a Vis (T.2)		El Chiringuito de Pepe (T.2)	
Acacias 36 (T.2)	Allí Abajo (T.2)			
Carlos, Rey Emperador (T.1)	Mar de Plástico (T.2)			
Olmos y Robles (T.2)	Amar es Para Siempre (T.4 y 5)			
El Caso. Crónica de sucesos (T.1)	Buscando el Norte (T.1)			
El Hombre de tu Vida (T.1)	La Embajada (T.1)			
Águila Roja (T.9)				

Tabla 10, de elaboración propia. Series españolas emitidas en el año 2016. Datos obtenidos de las páginas web de ficción de las cadenas de televisión<sup>99</sup>.

De todas las ficciones emitidas durante el mismo período que EMDT, sólo las producidas para TVE cuentan con universos transmedia: *Águila Roja* (TVE, 2009-2016), *Carlos, Rey Emperador* (TVE, 2015-2016), *Víctor Ros* (TVE, 2015, 2016), *Olmos y Robles* (TVE, 2015-2016) y *El caso, crónica de sucesos* (TVE, 2016), cuentan con expansiones transmediáticas.

No obstante, ninguna de ellas ha construido un universo tan vasto como EMDT, la cual, además, fue la pionera de todas ellas. Tras el éxito obtenido con esta ficción, el resto de series de esta cadena de televisión se han sumado a la creación de mundos transmediáticos que amplíen los horizontes narrativos.

Destaca el caso de *Águila Roja*, la cual ya ha sido profundamente analizada por otros investigadores como Costa Sánchez y Piñeiro Otero (2012a), Scolari, Jiménez, y Guerrero (2012a), Piñeiro Otero, y Costa Sánchez, (2013) y Guerrero Pico (2014). En ellas se demuestra cómo esta ficción es pionera en España a la hora de expandir contenidos a través de diferentes medios.

<sup>99</sup> Las páginas web consultadas de las cadenas de televisión son las mismas que en la tabla 9 –anterior–.

Otra razón por la que EMDT ha sido seleccionada como muestra en esta tesis doctoral, es el enorme revuelo generado a su alrededor por parte del público. Se ha producido la eclosión de un fenómeno fan sin precedentes en España, y todo gracias a la estrategia transmedia llevada a cabo tanto por la cadena de televisión como por la productora encargada del proyecto. Por ello se analizarán los contenidos oficiales de la ficción, para comprender mejor por qué ha funcionado tan bien.

Por ello, al ser la precursora dentro el panorama televisivo español en crear una NT desde el inicio, por el gran número de contenidos que ha generado a su alrededor y, ante todo, por la gran respuesta del público, EMDT ha sido la seleccionada como objeto de estudio de caso.

Desde su primera emisión –24 de febrero de 2015–, y tras el éxito cosechado en cuanto a crítica y público, muchos investigadores han elaborado distintos estudios desde distintas perspectivas sobre esta ficción. Destacan trabajos sobre la picaresca en la literatura y EMDT (Rodríguez Mansilla, 2015), la ciencia ficción y la historia (Rueda Laffond y Coronado Ruiz, 2016), percepción cognitiva (Sánchez Castillo y Galán, 2016), televisión social (Rodríguez Mateos y Hernández Pérez, 2015) y el libro *Dentro de El Ministerio del tiempo* (Cascajosa, 2015) donde se analizan distintos aspectos como las redes sociales, los personajes de la serie, la Historia de España a través de la ficción y demás temas referentes a la misma.

Cabe mencionar también algunas de las investigaciones realizadas sobre la NT de EMDT, como el trabajo realizado por Rodríguez Fidalgo y Paíno Ambrosio (2015), en el que se analiza la construcción de la narrativa generada por la ficción. Otro estudio que explora el universo transmediático generado por esta serie de televisión es el realizado por Rodríguez Terceño, Barquero Cabrero, y Alonso Mosquera (11 de febrero de 2016). Éste clasifica los contenidos según los ya definidos *touchpoints* de Askwith (2007). Y, por último, el estudio de Cascajosa (2016) elabora también un detallado análisis de las diferentes expansiones narrativas de ficción y la construcción del universo transmedia.

La presente tesis doctoral pretende ir más allá que los artículos recién mencionados, organizando ese universo transmedia en diferentes mundos narrativos –tal y como se ha expuesto en el marco teórico–. Se hará mayor hincapié en el mundo de ficción, observando qué variables son las empleadas para llevar a cabo la expansión narrativa y descubriendo qué tipo de textualidades son las más empleadas.

Para ello se analizarán todos contenidos oficiales existentes de EMDT, comenzando por su página web oficial –donde se espera poder encontrar todos-. No obstante, se realizará una posterior búsqueda en *Google*<sup>100</sup> para asegurar que no queda ningún otro contenido por analizar.

#### **11.1.1. Tablas y variables**

Una vez seleccionada la serie de ficción a analizar y, completado el marco teórico, se ha procedido a la creación de tablas de variables donde se observará con claridad qué elementos narrativos transmedia usan las series de ficción y si pueden ser consideradas herramientas de esta nueva técnica narrativa o no, dependiendo de la expansión y del aporte que supongan a las historias, así como del impacto que tengan.

Tal y como se ha señalado anteriormente, la búsqueda de los contenidos a analizar será realizada a través de Internet. Se comenzará por la página web oficial de la serie, la cual está ubicada en el sitio web de la cadena de televisión que la emite. Ahí se espera encontrar la totalidad de los canales y contenidos oficiales pertenecientes a la serie. No obstante, tras esta primera búsqueda se recurrirá a *Google* para comprobar que no quede ningún tipo de contenido oficial que no sea nombrado.

---

<sup>100</sup> *Google* es el principal buscador de Internet más usado del mundo.

Todos los contenidos analizados, así como las aportaciones de la web 2.0 serán cuantificados para, posteriormente, ser analizados y comparados con los métodos cualitativos utilizados. De esta forma se intentará demostrar la importancia que la Web 2.0 ejerce en la actualidad sobre los productos televisivos de ficción, así como su aportación para expandir las historias de una forma que hasta ahora ha sido poco explorada, tanto por parte de las cadenas como por las productoras. Se comprobará si hay una evolución en el uso de las herramientas transmedia empleadas a lo largo del tiempo y se intentará dar respuesta a las siguientes cuestiones: ¿Aumentan, disminuyen, se estancan los elementos transmedia? Es decir, ¿funcionan? ¿Los públicos se interesan y saben que existen? Estas herramientas transmedia, ¿aportan realmente algo nuevo a la historia?

A continuación se va a proceder a explicar cuáles han sido los pasos seguidos para analizar cada una de las ficciones y poder obtener así unos resultados que ayuden a la comprensión de las prácticas actuales de la ficción española en cuanto a NT se refiere.

### **11.1.2. Descripción de los mundos narrativos**

Lo primero de todo, y para poder llevar a cabo el análisis de la NT de cualquier producto audiovisual, es necesario conocer la historia y todo aquello que la rodea (García Carrizo y Herrero Díaz, 2015). Siguiendo lo desarrollado por Klastrup y Tosca (2004 y 2014), es necesario establecer el *mythos*, *topos* y *ethos* de EMDT:

- *Mythos*: analiza el trasfondo cultural, su historia y sus personajes principales y secundarios.
- *Topos*: observa la geografía y la temporalidad en la que se desarrolla el mundo narrativo –la época en la que se desarrollan los hechos–.
- *Ethos*: moral y ética de los personajes, la cual viene dada, en muchos casos, por lo anterior. Es todo aquello que influye en las acciones de los

personajes, como por ejemplo, la religión y moralidad del mundo narrativo.

Definiendo de manera correcta estos tres aspectos fundamentales de toda historia de ficción, se podrá conocer el mundo narrativo y sus posibilidades de expansión. Además, son la guía básica que debe seguir todo proyecto transmedia para así evitar las rupturas narrativas de los contenidos a través de los diferentes medios. También será necesario definir a los personajes principales y secundarios –conocidos hasta ahora–, ya que en muchas ocasiones, son quienes protagonizan las expansiones narrativas transmedia.

### **11.1.3. Descripción del universo transmedia**

Una vez fijado lo anterior, se procederá a conformar el universo transmedia de la serie. Éste se mostrará en una tabla que diferenciará cada medio y contenido existente, tanto *online* como *offline*. Para la creación de esta tabla se han tomado como referencia las ya realizadas por Formoso Barro (2015, p.105) y Guerrero (2010, p.21), aportando algunas variables originales para este estudio. Esta primera tabla, en la que se muestran los contenidos pertenecientes al universo transmedia de cada una de las series, se divide en tres partes: contenido *offline*, contenido *online*, y contenido perteneciente a la Web 2.0. Se han incluido aquellos medios y contenidos más habituales que permiten la narración de historias de ficción. La plantilla elaborada para esta parte del análisis es la siguiente:



MEDIO/PLATAFORMA	EL MINISTERIO DEL TIEMPO
OFFLINE	
Libro / Novela	
Obra de teatro	
Película	
Serie TV	
Spot/tráiler	
DVD/Blue Ray	
Radio	
Publicaciones periódicas	
Cómic	
Videojuego	
Evento	

Tabla 11, de elaboración propia siguiendo el esquema de Guerrero Pico (2013).  
Contenidos *offline* de EMDT.

Cada contenido que sea empleado para ampliar el universo transmedia de EMDT será marcado en su casilla correspondiente. Pero antes de nada, es necesario definir el contenido de la tabla. Primero, los contenidos offline son aquellos cuya publicación se ha hecho a través de un medio no dependiente de Internet. En la mayoría de los casos se trata de los medios tradicionales como la televisión o la radio. En esta investigación se analizan los siguientes contenidos pertenecientes a este tipo de comunicación:

- a) Libros/novelas: obras literarias y novelas que ensanchen el universo transmedia, tanto desde el punto de vista narrativo como de cualquier otro que propicie un conocimiento mayor de todo lo que rodea a la ficción.
- b) Obras de teatro: representaciones teatrales del mundo narrativo.
- c) Películas: obras cinematográficas que ejerzan como precuelas, secuelas, *spin off* o adaptación.
- d) Series de TV: son el eje central de análisis en este trabajo, el medio estrella del cada mundo de la NT. Se trata de los contenidos de ficción de la historia que son emitidos a través de la televisión.

- e) Spots y tráilers: vídeos cortos en los que se usan imágenes de las series de televisión o películas para promocionarlas.
- f) DVD y Blue Ray: discos que contienen información en forma de vídeo, fotografía, música o cualquier otra textualidad sobre el proyecto. El DVD es un formato de calidad estándar mientras que el Blue Ray es un formato de calidad HD –alta definición–.
- g) Radio: medio a través del cual se difunden contenidos sonoros de diferentes tipos, tales como entrevistas, música o información.
- h) Publicaciones periódicas: contenidos que son distribuidos a lo largo de un tiempo y con una periodicidad determinada a través de los medios escritos.
- i) Cómic: son secuencias de viñetas con un desarrollo narrativo.
- j) Videojuegos: aplicaciones interactivas que sirven como entretenimiento para sus usuarios. Su principal importancia radica en la interactividad que permite a quienes hagan uso de ellos.
- k) Eventos: acontecimientos –principalmente fuera de los medios– que amplían el universo transmedia de las ficciones.

MEDIO/PLATAFORMA	EL MINISTERIO DEL TIEMPO
ONLINE	
Página Web	
Info. General	
Recaps	
Clips de vídeo	
Info. Personajes	
Blog	
Podcast	
Fotos	
Entrevistas	
Avances	
Making Of	
Documentación	
Capítulos en <i>streaming</i>	
A la carta	
Spot/tráiler	
Websodios	
Mobisodios	
Webs "falsas"	
Videojuego <i>Online</i>	
Twittersodios	
Espacio fan	
Realidad Virtual	
Contenido interactivo	
Tienda <i>Online</i>	

Tabla 12, de elaboración propia siguiendo el esquema de Guerrero Pico (2013).  
Contenidos *online* de EMDT.

La segunda parte de la tabla hace referencia a los contenidos *online*, es decir, aquéllos que se encuentran hospedados en Internet y cuyo acceso es posible a través del mismo medio, aunque en ocasiones se puedan encontrar esos mismos contenidos en otros medios distintos. Al tratarse del gran medio de medios, es posible encontrar gran cantidad de contenidos de todos los tipos a través de esta red. Estos pueden ser:

- a) **Página Web:** Es un documento electrónico que contiene información de cualquier tipo y que es accesible a través de Internet. Suele ser el

lugar donde se recogen todos o la mayoría de contenidos pertenecientes a un universo transmedia.

- b) Información general: Se muestra la información básica del proyecto, como pueden ser la sinopsis, fechas de emisión, autoría, noticias, etc.
- c) Recaps: Resúmenes de capítulos o temporadas de la serie de televisión.
- d) Clips de vídeo: Vídeos cortos directamente sacados de la ficción, sin ningún tipo de modificación.
- e) Información de personajes: datos de los personajes que ayudan a conocerlos mejor y tener una visión más amplia de los mismos.
- f) Blog: Página web que suele tratar de un tema en concreto.
- g) Podcast: archivos multimedia –generalmente de audio o vídeo– distribuidos a través de Internet. Pueden ser accesibles en cualquier momento y permiten la suscripción a los mismos.
- h) Fotografías: Imágenes del universo transmedia como tomas promocionales, del *making of*, obtenidas de otros contenidos, etcétera.
- i) Entrevistas: Conversaciones entre dos o más personas con el fin de conocer más detalles acerca de determinados asuntos referentes al proyecto. Pueden encontrarse en diferentes formatos, tales como vídeo, audio o escritos.
- j) Avances: Piezas tanto audiovisuales como escritas en las que se dan pequeñas informaciones sobre los contenidos que se van a emitir con posterioridad.
- k) *Making Of*: Detalles sobre el proceso de producción de series y películas.
- l) Capítulos en *streaming*: Posibilidad de ver los capítulos del mundo narrativo a través de Internet a la misma vez que son emitidos por la televisión.
- m) A la carta: Permite ver los capítulos ya emitidos en televisión cuando y donde se quiera. La ‘televisión a la carta’ o ‘vídeo bajo demanda’ –VOD– es una modalidad de televisión –a través de Internet– que permite a los usuarios acceder a los contenidos televisivos en el

momento que quieran, siempre que se cuente con un soporte y una plataforma que lo permita.

- n) Spots y tráiler: Igual que en los medios *offline*, pero en este caso, a través de Internet.
- o) Websodios: Extensiones narrativas audiovisuales que se emiten solamente a través de Internet.
- p) Mobisodios: Extensiones narrativas audiovisuales que sólo pueden ser consumidos a través de teléfonos móviles.
- q) Webs ‘falsas’: Son páginas web que tienen una utilidad dentro de la serie de televisión, pero que pueden ser consultadas por los usuarios en la vida real. De esta forma se dota de mayor credibilidad a la historia.
- r) Videojuegos *online*: Aplicaciones interactivas cuya finalidad es entretener a los usuarios. En este caso se trataría de aplicaciones accesibles únicamente a través de Internet.
- s) Twittersodios: Se trata de ampliaciones de las tramas de la serie de televisión a través de la red social Twitter. Son pequeños episodios que se narran a través de esta plataforma.
- t) Espacio fan: Apartado dedicado a la labor de los fans y prosumidores de la ficción.
- u) Realidad virtual: Supone la creación de un entorno visual de apariencia real generado con tecnología informática. Se accede a él gracias a unas gafas o cascos de realidad virtual, que propician una enorme inmersión del usuario en el contenido representado.
- v) Contenido interactivo: Aquellos contenidos que responden a la actividad del usuario. Con ellos se consigue una inmersión mayor en el mundo narrativo.
- w) Tienda *online*: espacio web en el que se venden productos oficiales de la serie.

MEDIO/PLATAFORMA	EL MINISTERIO DEL TIEMPO
WEB 2.0	
Foro	
Comentarios	
Encuestas	
Concursos	
Redes sociales:	
Watshap	
Spotify	
Facebook	
Youtube	
Telegram	
Instagram	
Twitter	
Line	
Pinterest	
Google +	
Tumblr	

Tabla 13, de elaboración propia siguiendo el esquema de Guerrero Pico (2013).

Contenidos de EMDT en la Web 2.0.

Como ya se recalado anteriormente, una parte importante de Internet es la Web 2.0, que permite la interacción entre los usuarios. En algunas ocasiones la propia página web de las ficciones incorpora elementos que pertenecen a este grupo, pero sobre todo destaca el uso por parte de las cadenas de televisión de las redes sociales<sup>101</sup>. Las plataformas analizadas en esta tercera y última parte de la tabla son:

- a) Foro: Son lugares de discusión *online* en los que los usuarios comentan sus ideas o impresiones sobre determinados temas, e incluso se comparte CGU.
- b) Comentarios: En algunas ocasiones se permite a los usuarios comentar los contenidos en el mismo espacio en el que son emitidos.

<sup>101</sup> Para llevar a cabo el análisis de contenidos se han seleccionado las diez redes sociales más utilizadas por los usuarios según argumenta el ‘Estudio Anual de Redes Sociales’ (publicado el 20 abril de 2016) elaborado por la agencia ‘Elogia’, especializada en marketing *online*. Además se ha añadido la red social Tumblr, ya que EMDT cuenta con un blog oficial en la misma.

- c) Encuestas: Para obtener un *feedback* sobre los contenidos, a veces se crean encuestas que los usuarios rellenan para dar información más o menos relevante a las cadenas de televisión y productoras.
- d) Concursos: Se trata de una forma de llamar a la acción a los espectadores. Éstos participan en concursos de diversa índole para obtener algún premio o beneficio, generando así mayor fidelidad al producto.
- e) Uso de redes sociales: Son plataformas de la Web 2.0 en las que los usuarios se relacionan e interactúan entre sí mediante comentarios, compartiendo contenidos, creando grupos según afinidades comunes, etcétera.
- f) WhatsApp: Se define como una aplicación de mensajería instantánea a través de teléfonos móviles y ordenadores personales con conexión a Internet. Se pueden mantener tanto conversaciones privadas como en grupos, así como compartir archivos de cualquier tipo.
- g) Spotify: Es una red social que permite escuchar música de cualquier género. En ella se puede ver qué escuchan tus contactos y compartir música con ellos. También permite la creación de listas personalizadas que pueden ser así mismo compartidas.
- h) Facebook: Se trata de una red social que permite conectar personas a través de Internet. Los usuarios de esta red social pueden compartir información, subir fotografías y vídeos, chatear con otros usuarios, comentar publicaciones, promocionar eventos, etcétera. Las empresas también pueden generar perfiles que las acerquen a sus potenciales usuarios, algo que las cadenas de televisión y los productos asociados a ella también pueden hacer.
- i) Youtube: Red social que ejerce como plataforma distribuidora para creadores de contenido audiovisual original. En ella se pueden encontrar, ver, comentar y compartir una enorme cantidad de vídeos tanto realizados por profesionales como por aficionados. Es la principal plataforma de vídeo de Internet.
- j) Telegram: Al igual que WhatsApp, es una aplicación de mensajería instantánea cuyo foco principal se centra en la velocidad y la

seguridad. A través de ella se pueden compartir fotografías, vídeos y cualquier tipo de archivo con otros usuarios.

- k) Instagram: Es una red social donde los usuarios comparten y comentan fotografías y vídeos subidos por ellos mismos o por otros usuarios. Permite una pequeña edición de los contenidos aplicando diferentes filtros fotográficos.
- l) Twitter: Se podría definir como una aplicación de *microblogging* que cuenta con características de los blogs, las redes sociales y la mensajería instantánea. Permite enviar y leer mensajes con un máximo de 140 caracteres. Cada usuario decide a qué otros usuarios desea seguir para de esta manera recibir sus *tweets*, que es el nombre que reciben los mensajes enviados a través de esta aplicación. Los mensajes permiten también el uso de fotografías y vídeos. La verdadera importancia de esta plataforma es la rapidez con la que se puede acceder a la información, transmitiéndose cualquier suceso más rápido que con cualquier otro medio o plataforma.
- m) Line: Es también una aplicación de mensajería instantánea para teléfonos móviles y ordenadores. Permite, además, el envío de imágenes, vídeos, mensajes de audio y llamadas gratuitas, siempre y cuando se cuente con conexión a Internet.
- n) Pinterest: Se trata de una red social de fotografías en la que los usuarios pueden seguir temáticas según sus gustos e intereses. Permite compartir, organizar y archivar imágenes agrupándolas por temas. De esta forma se consigue que la difusión de los contenidos sea mucho mayor. Se diferencia de otras redes sociales precisamente en que no ves únicamente los contenidos publicados por tus contactos, sino que se puede acceder a publicaciones de cualquier usuario con el que se compartan temáticas en común.
- o) Google+: Red social en la que permite estar en contacto con otros usuarios o grupos de usuarios, creando comunidades, comentando y compartiendo publicaciones. Cuenta también con un chat instantáneo y búsqueda por intereses, no sólo de usuarios.



- p) Tumblr: es una plataforma que permite la creación de microblogs sociales, donde se pueden publicar citas, imágenes, gifs, vídeos, enlaces, audios y conversaciones tipo chat.

Estas tablas permitirán conocer con qué contenidos oficiales cuenta la serie objeto de estudio, estableciendo así su universo narrativo. Todos los contenidos encontrados supondrán el 100% del mismo y, mediante una regla de tres, se podrá obtener 1) el porcentaje de contenidos pertenecientes a medios offline, 2) el porcentaje de contenidos pertenecientes a medios online y 3) el porcentaje de contenidos aportados por la Web 2.0.

Este universo transmedia mostrará todos los contenidos oficiales que existen sobre EMDT. Pero, tal y como se ha planteado a lo largo del presente trabajo, es necesario ahondar más en el proyecto transmedia. Se debe esclarecer a qué mundo transmedial pertenece cada uno de los contenidos, y así diferenciar aquéllos que forman el mundo de la NT, es decir, del mundo de ficción.

Para ello se va a proceder a analizar de forma cualitativa los contenidos de forma individual, atendiendo a una serie de variables que han de darse para que se pueda considerar como parte de la NT o no.

Para el análisis cuantitativo se va a separar a los contenidos en dos grandes bloques:

- a) Contenidos generales: la página web oficial de EMDT divide los contenidos en distintas secciones –tal y como se verá en el posterior análisis–. Cada una de ellas se ha considerado como un contenido general, los cuales están formados por contenidos individuales del mismo tipo –en los casos en que existan contenidos diferentes, será especificado–. De esta forma se podrán obtener datos cuantitativos de las secciones que conforman el universo de la ficción.
- b) Contenidos individuales: son todos y cada uno de los contenidos existentes en el universo transmedia de EMDT. Serán cuantificados de

manera individual, obteniendo unos datos mucho más fiables que los alcanzados con los generales.

#### **11.1.4. Análisis individualizado de los contenidos.**

Una vez se haya llevado a cabo esta primera parte del análisis, se procederá a analizar cada contenido por separado. De esta forma se pretenden delimitar aquéllos que pertenecen al mundo NT de los que no, teniendo en cuenta todo lo expuesto en el marco teórico. Para ello se recurrirá a la siguiente tabla:

<b>Contenido 100X</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
SI		No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
Si		No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
SI		No	
En caso afirmativo, ¿qué tipo de contenido nuevo aporta?			
Nuevas localizaciones			
Nueva información de personajes			
Nuevos personajes			
Ampliación de tramas			
Nuevas tramas			
Línea temporal			
¿Qué técnica expansiva utiliza?			
Elipsis			
Paraelipsis			
Flashback			
Flashforward			
Hueco narrativo			
Precuela			
Secuela			
Spin off			
Tipo de contenido			
Vídeo			
Imagen fija			
Texto			
Audio			
Otro			

Tabla 14, de elaboración propia. Análisis individualizado de los contenidos oficiales de EMDT.

Esta tabla será aplicada a cada uno de los contenidos y en ella se analizarán diferentes variables que se desprenden de cuatro preguntas, cuya respuesta dependerá del mismo contenido. Para facilitar la catalogación de los contenidos,

a cada uno de ellos se le asignará un número que partirá desde el ‘1001’. La correspondencia de cada número con su contenido se puede encontrar en el anexo 1<sup>102</sup> de este trabajo. A su vez, se han elaborado otros tres anexos que faciliten la localización de cada contenido: el anexo 2<sup>103</sup> muestra los contenidos asociados a cada capítulo emitido por televisión; el anexo 3<sup>104</sup> revela los contenidos no asociados a ningún capítulo; y por último, el anexo 4<sup>105</sup>, que descubre todos los contenidos pertenecientes al mundo narrativo de ficción, es decir, a la NT de EMDT.

Atendiendo a la tabla de variables, la primera pregunta que se hará a cada contenido hace referencia a la dispersión de la historia a través de los medios. Esta cuestión es: ‘¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?’. En este caso existen dos posibles variables:

- a) ‘Sí’: Se marcará esta variable en el momento en que el contenido se encuentre en un medio distinto al del contenido estrella alrededor del que orbita.
- b) ‘No’: Se marcará esta variable cuando el contenido se encuentre en el mismo medio que el contenido estrella alrededor del que orbita

Con esta pregunta se conocerá si existe expansión de la historia a través de los medios, lo cual es una de las características principales de la NT. No todos los contenidos tienen por qué encontrarse en medios diferentes, pero sí que se exige que por lo menos haya uno que expanda la historia en alguno diferente al medio estrella.

La segunda pregunta se divide en dos, y es esencial para considerar que un contenido pertenece a la NT de la historia. Esta pregunta es: ‘¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo? ¿Lo expande?’ Al igual que en la anterior, existen dos variables que la responden:

---

<sup>102</sup> El anexo 1 puede ser consultado en la página 389.

<sup>103</sup> El anexo 2 puede ser consultado en la página 416.

<sup>104</sup> El anexo 3 puede ser consultado en la página 430.

<sup>105</sup> El anexo 4 puede ser consultado en la página 445.

- a) 'Sí': Se marcará esta variable en el momento en que el contenido expanda la historia aportando nuevos conocimientos a la misma.
- b) 'No': Esta variable será marcada cuando el contenido no aporte nada nuevo a la historia.

Como se ha argumentado en el marco teórico, los contenidos que formen parte de la NT deben aportar nuevas informaciones a la historia. Sólo de esta forma podrán ser considerados parte de la misma. Por lo tanto, la siguiente pregunta que se debe realizar a cada contenido va por esta línea.

La tercera pregunta sólo se responderá en el caso de que la anterior sea afirmativa. Esta pregunta es: 'En caso afirmativo, ¿qué tipo de contenido nuevo aporta?'. Para esta pregunta existen seis variables distintas, pudiendo ser válida más de una:

- a) 'Nuevas localizaciones': Se marcará esta variable cuando en el contenido analizado aparezcan localizaciones que no han formado parte de la historia hasta ese momento. Sólo se marcará si es la primera vez que aparecen.
- b) 'Nueva información de personajes': Se marcará esta variable cuando el contenido analizado otorgue a los espectadores nueva información sobre personajes ya conocidos.
- c) 'Nuevos personajes': Se marcará esta variable cuando en el contenido analizado aparezcan nuevos personajes en la historia.
- d) 'Ampliación de las tramas': Se marcará esta variable cuando el contenido analizado otorgue a los espectadores nueva información sobre tramas que ya han sido presentadas con anterioridad.
- e) 'Nuevas tramas': se marcará esta variable cuando en el contenido analizado aparezcan nuevas tramas en la historia
- f) 'Línea temporal': se marcará esta variable cuando el contenido analizado haga que la temporalidad de la historia se amplíe, ya sea

alargándola al principio –un ejemplo sería una precuela– o al final –por ejemplo, una secuela–.

Gracias a estas variables se podrá comprobar qué tipo de nueva información aportan los contenidos a la historia, si es que realmente lo hacen. Resulta interesante conocer también cuáles son las estrategias que se llevan a cabo para ampliar los horizontes narrativos de la ficción.

Por lo tanto, la cuarta pregunta a la que ha de responder el contenido indicará la técnica expansiva que se utiliza en cada caso para ampliar el mundo narrativo transmedia. La pregunta que se hace es: ‘¿Qué técnica expansiva utiliza?’. Esta cuestión cuenta con cinco<sup>106</sup> posibles variables:

- a) ‘Elipsis’: Se trata de una técnica narrativa que supone un salto temporal en el relato, presentando la ausencia de algunos elementos que no afectan al sentido global de la historia. Estas partes quedan sin contar y pueden ser descritas en otro medio, ampliando así el conocimiento de la trama, de los personajes, etc.
- b) ‘Paraelipsis’: “Consiste en ocultar un dato de capital importancia, que el personaje conoce, al espectador” (Castillo, 2009, p.35). Es una técnica seductora para la elaboración de una expansión transmediática, pues estos datos pueden ser utilizados para la mejor comprensión de las motivaciones de los personajes durante la historia. La paraelipsis, pues, permite la creación de contenidos altamente interesantes en una NT.
- c) Anaelipsis o ‘*flashback*’: Se trata de la introducción de una secuencia anterior en el tiempo de lo que se ha narrado.

---

<sup>106</sup> Tal y como se ha mostrado en la tabla 14 –página 163–, deberían ser ocho variables en lugar de cinco. A las aquí expuestas habría que añadir las ‘precuelas’, ‘secuelas’ y ‘spin off’. Al tratarse de una ficción que se encuentra en antena desde hace apenas dos años, éstas tres variables no se pueden dar. Por lo tanto, y para facilitar la lectura, no se han plasmado en esta tabla. Tras realizar el análisis de EMDT, se ha confirmado que ninguna de éstas tres estrategias ha sido empleada aún. No obstante, son tres variables que hay que considerar en todos los proyectos que empleen esta tabla como elemento metodológico.

- d) Prolepsis o *'flashforward'*: Se trata de la introducción de una secuencia posterior en el tiempo de lo que se ha narrado hasta el momento.
- e) 'Hueco narrativo': son partes de la historia que han quedado vacías, sin desarrollar a lo largo de la historia, y presentan una oportunidad de ampliar el mundo narrativo.

Tras completar esta tabla para cada uno de los contenidos se procederá a hacer una explicación del mismo y argumentar su inclusión o exclusión del mundo NT. En el caso de que sea excluido de ese mundo narrativo, se procederá a delimitar a cuál de los existentes en el universo transmedia de EMDT pertenece. Además, será cuantificado de la misma manera que la primera tabla, obteniendo los porcentajes de cada una de las variables expuestas.

### 11.1.5. Catalogación de los contenidos

Posteriormente se llevará a cabo una catalogación de los contenidos tal y como propone Scolari (2013a y 2013b), diferenciándolos entre adición, omisión, transposición y permutación<sup>107</sup>. Esto se mostrará mediante otra tabla por cada serie en la que se irán añadiendo los contenidos dependiendo de su tipo de aportación. De esta manera se podrá conocer qué supone cada contenido para el universo narrativo. Todo esto se mostrará en la siguiente tabla:

	CONTENIDO	ADICIÓN	OMISIÓN	TRANSPOSICIÓN	PERMUTACIÓN
EL MINISTERIO DEL TIEMPO					

Tabla 15, de elaboración propia a partir de Scolari (2013a, p. 165-166 y 2013b, p.60).

Catalogación de los contenidos de EMDT.

<sup>107</sup> La definición de estos elementos de catalogación se puede encontrar en la página 73 de este trabajo.

Al igual que con las tablas anteriores, ésta nos permite cuantificar el porcentaje de cada uno de los tipos de contenidos, lo que permitirá comprobar cuáles son parte de la NT y cuáles no forman parte de la misma. Una vez se tenga esto claro, se generará una nueva tabla que mostrará cómo se conforma el universo transmedia de EMDT. Para ello, se incluirán todos aquellos mundos narrativos hallados en la misma, con sus correspondientes contenidos. Para ellos se ha elaborado la siguiente tabla:

	CONTENIDO	NT	DHT	PT	MT	DPT	PDT	JO	PA
<b>EL MINISTERIO DEL TIEMPO</b>	1001								
	1002								
	1003								
	1004								
	1005								
	1006								
	1007								
	1008								
	1009								
	1010								

Tabla 16, de elaboración propia. Los contenidos de EMDT dentro de su universo transmedia.

Se marcará con una ‘X’ el mundo narrativo al que corresponda cada contenido. Al tratarse de contenidos generales, puede darse el caso de que pertenezcan a más de un sistema narrativo. En esos casos, se especificará qué contenidos individuales pertenecen a cada uno de ellos en el anexo 1 –página 389–. Tras este análisis cualitativo, se obtendrá el porcentaje del impacto que implica cada uno de estos mundos narrativos, contabilizando tanto los contenidos generales como los individuales.



# **PARTE III: ANÁLISIS DEL CONTENIDO**

## 12. INTRODUCCIÓN A LA SERIE

EMDT<sup>108</sup> es una serie de ciencia ficción y aventuras creada por los hermanos Javier y Pablo Olivares, y producida por las productoras Cliffhanger<sup>109</sup> y Onza Partners<sup>110</sup>. Se trata de una producción que aborda, como ya lo hiciesen anteriormente otros relatos, los viajes en el tiempo.

EMDT es una institución gubernamental dependiente de presidencia del Gobierno español<sup>111</sup>. Su misión es muy clara; no permitir que cambie la historia tal y como la conocemos en la actualidad. Para ello cuentan con una serie de puertas que, al atravesarlas, conducen a épocas pasadas de la Historia de España. Pero este Ministerio no es el único que conoce de la existencia de estas puertas, o de la posibilidad de viajar al pasado. Hay otras personas, empresas y grupos que intentan hacer negocio viajando a través del tiempo para modificar los acontecimientos de la Historia en su propio beneficio. Los agentes de este Ministerio secreto deberán impedir que nada cambie, todo debe seguir imperturbable, pues no es imposible predecir qué repercusiones tendría en el futuro cualquier cambio.

Esta serie de televisión “propone un viaje por momentos históricos claves para la España moderna, dialogando con la memoria colectiva, dándole forma inclusive, y con una tradición crítica cultural e intelectual en torno a la historia nacional” (Rodríguez Mansilla, 2016, p. 75-76). EMDT cuenta con algunos antecedentes de ficción que narran historias acerca de viajes en el tiempo. Desde la literatura hasta el panorama audiovisual, este tipo de relatos han sido recurrentes a lo largo de la historia de la narrativa.

---

<sup>108</sup> Cuando se hable del Ministerio del Tiempo como institución –ficticia–, no se utilizará ningún tipo de abreviatura.

<sup>109</sup> Cliffhanger es una productora dedicada a la producción de nuevos contenidos y formatos de ficción. Para más información, consultar la página web oficial: <http://cliffhangertv.com/web/>

<sup>110</sup> Onza Partners es una empresa especializada en el sector media y digital con enfoque global. Dentro de las múltiples tareas que realiza esta empresa, una parte se dedica a la producción de contenidos audiovisuales, y más concretamente, su división denominada ‘Onza Entertainment’. Ésta es la encargada del llevar a cabo la producción de EMDT junto con Cliffhanger. Para más información, consultar la página web oficial: [http://onzapartners.com/?page\\_id=1682](http://onzapartners.com/?page_id=1682).

<sup>111</sup> Información obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/la-serie/>. Recuperado el 21/09/16.

### 12.1. ANTECEDENTES

Tal y como indica Merelo (2015), en la literatura, el primer ejemplo de viajes en el tiempo es el libro *La Máquina del Tiempo*, escrita por Herbert George Wells y publicada en 1895. Pero unos años antes “el diplomático español Enrique Gaspar escribió en 1887 una novela –originalmente concebida como opereta o zarzuela– que tituló *El Anacronópete*” (Merelo, 2015, p. 38). En ella, un científico español llamado Sindulfo García presenta durante la Exposición Mundial de París de 1887 una máquina que permite viajar en el tiempo. Esta novela es la primera “en la historia de la literatura en la que se emplea un artefacto tecnológico para efectuar este tipo de viajes” (Merelo, 2015, p.38). No obstante, este libro no ejerció ningún tipo de influencia sobre las obras más importantes posteriores.

Existen otros ejemplos de relatos basados en viajes por el tiempo con sello español, como *Elois y los Morlocks. Novela del porvenir*. Ésta fue escrita por el ingeniero y escritor zaragozano Carlos Mendizábal Brunet, aunque fue publicada bajo el seudónimo de Dr. Lázaro Clendábims, y pretende ser la continuación de *La Máquina del Tiempo* de H.G. Wells (Hesles Sánchez, 2011).

Otra obra de ficción literaria española sobre viajes en el tiempo es *Las confesiones de Cayac-Hamuaca*, escrita en 1931 por José Lión Dépêtre. En la década de los 50 el escritor José Mallorquí creó la colección *Futuro*, donde un aventurero llamado Pablo Rico viajaba por el tiempo. Durante los años 60 , 70 y 80 continuaron publicándose novelas sobre viajes en el tiempo, pero no tuvieron gran trascendencia. En 1997 se publica *El día que hicimos la transición*, de Pedro Jorge y Ricard de la Casa. Esta novela sí que “tiene interesantes puntos de contacto con *El Ministerio del Tiempo* pues en ella se presenta un futuro [...] en el que hay una fuerza de intervención temporal [...] dedicada a evitar las alteraciones temporales en el pasado” (Merelo, 2015, p.41). Y, por último, otra novela que ejerce como antecedente de EMDT es *Las puertas*

*de Anubis*, de Tim Powers, el cual fue publicado en 1983. Según dice Javier Olivares<sup>112</sup>, es el embrión de la idea de EMDT.

En cuanto al audiovisual se refiere, la filmografía española no sobresale por sus películas o series de televisión de viajes en el tiempo. Cabe destacar alguna obra como *Los Cronocrímenes* (Nacho Vigalondo, 2007), donde tienen lugar distintas paradojas temporales. Por su lado, en televisión existe como precedente de viajes en el tiempo la serie de ficción *Plutón BRB Nero* (La 2, 2008-2009), donde pese a no ser una serie que trate específicamente este fenómeno, en algunos de sus capítulos sí que se hace referencia al tema. Más concretamente, los viajes en el tiempo aparecen en el capítulo tres de la segunda temporada, titulado '*Pasajero en el Tiempo*'.

Un ejemplo más reciente de series que tratan los viajes temporales es el de *Refugiados*<sup>113</sup> (La Sexta y BBC, 2015), una coproducción hispano-británica de Atresmedia y la BBC. Pero esta serie se emitió justo después de la emisión de la primera temporada de EMDT, así que no puede ser considerada como antecedente. No obstante, es un buen ejemplo de ficción televisiva española de viajes en el tiempo y, principalmente, de ciencia ficción y suspense.

Hasta hace no mucho, la televisión en España era muy tradicional y conservadora, sin salirse de ciertas temáticas, principalmente familiares, de oficios o comedias de situación. Pero actualmente se está viviendo una nueva forma de hacer y ver televisión en este país. Las cadenas y productoras se atreven a elaborar otro tipo de productos muy diferenciados de los que solían producir, ya que los espectadores comienzan a exigir una serie de temáticas y de calidades técnicas en los productos nacionales que hasta ahora no se demandaban. Esto se debe a la gran cantidad de productos audiovisuales

---

<sup>112</sup> Esta afirmación es realizada por Javier Olivares en el primer capítulo de 'Los archivos del Ministerio', un making of de la serie que será analizado posteriormente como parte del universo transmedia de EMDT.

<sup>113</sup> *Refugiados* es una ficción para televisión que relata cómo millones de personas del futuro se ven obligadas a viajar al pasado para huir de un inminente desastre global. Fue producida por productora española Bambú. Fue emitida por el canal de televisión La Sexta –España– y la BBC –Inglaterra–. En España sólo contó con una temporada completa debido a su baja audiencia –un 7,9% de share–. Por su temática de suspense y ciencia ficción podía haber sido desarrollada como un potente producto transmedia, pero no fue así.

extranjeros de calidad a los que se tiene acceso –gracias a servicios como Netflix o HBO<sup>114</sup>–. El caso de EMDT es un claro ejemplo de ello:

“La serie de TVE fue revolucionaria desde su planteamiento. [...] En general, nuestras televisiones son poco dadas a los atrevimientos. Correr riesgos puede significar no gustar al público más tradicional, aquel que enciende todas las noches ese aparato llamado televisor para su cita diaria a la hora que marcan las cadenas. Al que se dirigen la mayoría de las series y programas de nuestra televisión” (Marcos, 2015, p.199).

Tras este breve, pero necesario inciso, se debe hacer referencia a las producciones audiovisuales de nivel internacional que sirven de antecedente para EMDT. En este caso sí que se encuentra una gama bastante amplia de ficciones, como las series televisivas *Dr. Who* (BBC, 1963-1989 y 2005-actualidad), *El Túnel del tiempo* (ABC, 1966-1967) y *A Través del Tiempo*<sup>115</sup> (NBC, 1989-1993). En el terreno cinematográfico destacan otras como *La Máquina del Tiempo*<sup>116</sup> (Metro Goldwyn Mayer, 1960), la película anime<sup>117</sup> *Bandidos en el Tiempo* (Estudio Egg y Avex, 2003), *12 Monos* (Universal Studios, 1995), *Déjà Vu* (Touchstone Pictures, 2006), *Terminator* (Metro Goldwyn Mayer y Orion Pictures Corporation, 1984), y tantas otras películas que se sirven de este tipo de viajes para contar sus historias (Benchichá López, 2015).

De todas estas destaca la ficción para televisión *Dr. Who*, que es la “serie sobre viajes más icónica y longeva de la historia” (Benchichah López, 2015, p.47). Esta serie trata sobre un personaje, un ‘Señor del tiempo’ conocido como ‘El Doctor’, quien explora el universo con una máquina llamada Tardis, y que es

---

<sup>114</sup> Netflix y HBO son dos empresas que proporcionan la posibilidad de visualizar películas, series y documentales mediante *streaming* a través de cualquier soporte apto para ello. Para poder acceder a sus contenidos, es necesario contratar una de sus tarifas planas.

<sup>115</sup> En España fue emitida a través de la televisión autonómica de Cataluña, TV3, y de la cadena privada y de pago SyFi.

<sup>116</sup> En el año 2002 la productora Warner Bros produjo otra película con el mismo nombre, la cual es un remake –una nueva versión actualizada de la película– de la dirigida por George Pal en 1960. También se considera como antecedente de EMDT.

<sup>117</sup> Anime es un término que se utiliza para simplificar la palabra *animeshon*, “la cual a su vez es la transcripción al japonés de la palabra inglesa *animation*, y en Japón se utiliza para designar a cualquier tipo de animación. Para el resto del mundo el término *anime* designa simplemente a la animación que tiene su origen dentro de Japón” (Felipe López, 2011, p.282-283).

capaz de viajar a través del espacio y del tiempo. A su vez, este personaje es capaz de regenerar su cuerpo, lo que permite que pueda ser interpretado por diferentes actores (Hills, 2016). Con la Tardis es capaz de desplazarse, junto con sus acompañantes, a cualquier época y cualquier lugar del mundo.

EMDT está influenciada por esta ficción inglesa, tal y como ha argumentado en varias ocasiones uno de los creadores de la serie, Javier Olivares, aunque EMDT no es una versión de la serie inglesa (Cascajosa, 2015). Pero, al tratar ambas la temática de los viajes por el tiempo, es imposible no referirse a una sin nombrar a la otra.

*Doctor Who*, al igual que EMDT, cuenta con una importante expansión transmedia (Perryman, 2008). Entre las diferentes textualidades que pertenecen al universo transmedia de esta serie británica, se pueden señalar diferentes cómics, radionovelas, novelas escritas, un videojuego, juegos online, spin-off, películas, mobisodios, etcétera. Por lo tanto, es una clara referencia para la serie de televisión española, la cual, como se verá más adelante, ha desarrollado también una estrategia transmedia muy bien definida.

## **12.2. EL FENÓMENO FAN: LOS ‘MINISTÉRICOS’**

EMDT es una serie de televisión que desde su primera emisión ha tenido muy buena acogida entre los espectadores y los críticos, gracias en gran medida a “la combinación de aventuras y divulgación histórica, con un toque de humor, que propone la serie” (Rodríguez Fidalgo y Paíno Ambrosio, 2015, p.305). También la empatía que consiguen los personajes protagonistas son de una importancia primordial para el nacimiento y el crecimiento de los fans de esta ficción (Miranda Galbe y Figuro Espadas, 2016). El crítico televisivo Fernando de Felipe (2015, p.7) argumenta que:

“Distinto, atípico y hasta desconcertante fue sin duda el incondicional consenso crítico que cosechó desde el principio. *El Ministerio del Tiempo*, una producción que fue ovacionada por igual desde todos los frentes posibles, algo no demasiado

habitual en un sector, el seriéfilo patrio, tan poco dado a reconocer, reivindicar o aplaudir las contadas virtudes de todo lo realizado por estos lares.”

Pese a las numerosas buenas críticas recibidas por la serie, la verdadera fuerza de la misma reside en sus seguidores. Fans acérrimos de la serie que han sido capaces de engrandecerla aún más elaborando sus propias creaciones originales del mundo narrativo de EMDT, o incluso generando un movimiento a través de Twitter para evitar la cancelación del programa. El *hashtag*<sup>118</sup> utilizado para tal efecto fue #TVERenuevaMDT, y con él “los usuarios pidieron, desde el capítulo tres, la renovación de la serie” (Varona Aramburu y Lara Toledo, 2015, p. 207), ya que TVE no se pronunciaba en un sentido o en el otro. Por lo tanto, los seguidores de la ficción tuvieron miedo de que ésta fuese cancelada. Este *hashtag* fue durante cuatro días “*trending topic* en España y generando conversaciones hasta que la cadena finalmente confirmó la renovación de la serie por una segunda temporada” (Varona Aramburu y Lara Toledo, 2015, p. 207).

Como se acaba de comprobar, el fenómeno fan surgido a raíz de EMDT es de suma importancia para la evolución de la serie. “Con una presencia en la red nada desdeñable, los *ministéricos*<sup>119</sup> –así es como se hacen llamar los fans de la serie– han inundado la web de creaciones propias que amplían el mundo narrativo e interpretativo de la serie” (Miranda Galbe y Figuro Espadas, 2016, p. 129). Entre las creaciones generadas por los fans, Varona Aramburu y Lara Toledo (2015, p. 206) destacan las siguientes:

- a) Podcast oficioso ‘Funcionarios del Tiempo’.
- b) Cuentas de Twitter de los personajes de la serie.

<sup>118</sup> Los *hashtags* son una etiqueta que sirve para encontrar publicaciones que han usado esas mismas palabras, siempre precedidas por el símbolo de la almohadilla ‘#’. Si este hashtag es utilizado por muchos usuarios se convierte en tendencia –*trending topic*–. Información obtenida de <http://tecnologia.starmedia.com/tutoriales/que-hashtag-como-funciona.html>. Recuperado el 21/01/2017.

<sup>119</sup> ‘Ministéricos’ es el nombre que recibe la comunidad de fans de EMDT, quienes son muy activos en las redes sociales. Varona Aramburu y Lara Toledo (2015) cuentan cómo se llegó a esta denominación para los fans de la serie. Existen otros movimientos de fans alrededor del mundo que cuentan con una denominación propia, y desde la cuenta de Twitter de EMDT se lanzó la pregunta a los fans de cómo querían ser llamados. “Sería Agustín Rubio –@rubio\_a– el que lanzaría el *tuit* mágico aquel 26 de febrero a las 9:02 de la mañana: ‘*Ministéricos, obviamente...*’ Fue entonces cuando nació la palabra que todos los fans de la serie han tomado como suya” (Varona Aramburu y Lara Toledo, 2015, p.205).

- c) Blog en Tumblr.
- d) Fanarts.
- e) Fanfics.
- f) Generador de certificados automáticos.
- g) Partidas de rol como componentes lúdicos y educativos.
- h) Contenido en Youtube: críticas sobre la serie, manipulación del doblaje de la película *El Hundimiento* sobre la posible no renovación de la serie, partidas de los Sims, etcétera.
- i) Fondos de escritorio.
- j) Aplicación informática sobre las distintas puertas del Ministerio.
- k) Página de Wikipedia sobre la serie.
- l) Diario de Amelia Folch en Tumblr.
- m) Grupos de Facebook dedicados, como “*Ministéricos Unidos*”.
- n) Entradas en blogs.

Otros CGU a tener en cuenta son: un cómic basado en el mundo narrativo de EMDT, en el que se relata una historia que lleva a los personajes principales de la serie hasta Santillana del Mar en el año 17.000 A.C; un juego de rol creado por fans y un mapa donde se encuentran marcados los puntos donde se grabó la serie (Miranda Galbe y Figuera Espadas, 2016), así como tantas otras creaciones esparcidas por Internet. Destaca, entre otras, un videojuego<sup>120</sup> creado por un fan, que recrea el mundo narrativo de EMDT con nuevas historias y personajes.

Esta abundancia de trabajos creados por fans alrededor del universo de EMDT se debe, en gran medida, al trabajo desarrollado desde TVE para darles visibilidad. Esto ejerció la función de “efecto llamada en el resto de seguidores. Al ver que se daba cabida a todas ellas y que además se mostraban con orgullo, muchos seguidores se sumaron a la causa y las creaciones se multiplicaban a diario” (David Varona Aramburu y Pablo Lara Toledo p. 206). Esto hace ver la importancia que tiene el hecho de que desde los canales oficiales se fomente, se

---

<sup>120</sup> Este videojuego ha sido desarrollado por un fan de la serie, Tomás Castellanos, quien cuenta con conocimiento informáticos y sobre videojuegos. Actualmente se encuentra en fase de desarrollo, por lo que aún no es posible jugar con él. Para más información, visitar: <https://www.youtube.com/watch?v=qEuaWrtdmY>. Recuperado el 23/09/16.



escuche y se aprecie el fandom. Ello hace posible la NT y, de esta forma, se va creando una cultura popular alrededor de los mundos narrativos que perdurará incluso después de que el producto oficial haya dejado de emitirse (Scolari, 2015). En este sentido, Rodríguez Terceño et al. (2016, p.6) indican que “las narraciones ‘transmedia’ no tienen fin, pues la experiencia puede continuar en sus extensiones más allá de la temporada televisiva”.

EMDT tuvo muy en cuenta la participación de los fans de la serie, abriendo incluso canales de información exclusivos para ellos, como un grupo de WhatsApp. Este grupo está formado tan solo por 10 personas, llamados becarios o embajadores. Los integrantes son elegidos entre aquellos que más actividad demuestran en las redes sociales publicando acerca de EMDT. Su función era “buscar la colaboración desinteresada para la promoción de contenidos especiales a través de diferentes redes sociales” (Establés Heras y Rivera Pinto, 2015, p. 212), y acabó siendo el germen de la campaña por la renovación de la serie con el hashtag #TVERenuevaMDT. A través de esta aplicación se les daba información acerca de la ficción que debía ser compartida en sus perfiles en redes sociales. Según el grado de participación de los integrantes del grupo, unos iban dejándolo dando paso a otros nuevos.

Twitter ha sido la herramienta que más movimiento ministerio ha generado en las redes sociales. Todos los capítulos fueron *trendig topic* y, a través de esta red social, se originaron muchos movimientos a favor de la misma –como el ya visto para pedir su renovación–. Dentro del movimiento fan de esta ficción, a parte de los ministerios, han surgido grupos de fans de algunos de los personajes, como es el caso de Irene Larra, interpretada por la actriz Cayetana Guillén Cuervo. A raíz de este personaje y de su actriz, emergió un grupo de seguidores que se hacen llamar los *#cayetanners*<sup>121</sup>.

---

<sup>121</sup> “El término *#cayetanners* surge en Twitter como respuesta a un mensaje de la cuenta oficial de la serie, el 25 de febrero de 2015, es decir, el día después de la emisión del primer capítulo. El *tuit* preguntaba al público por posibles denominaciones para los seguidores de la serie y la cuenta @SesionGolfa en manos de Víctor Sebastián, director de SesiónGolf.com, lanzó la idea” (Segura Díez y Cerdán Molina, 2015, p. 150).

Como ya se ha expuesto, muchos seguidores de la serie se han convertido en prosumidores, creando contenidos afines al mundo narrativo en el que ésta se encuadra. Un buen ejemplo de esto, a parte de los ya citados, es el del trabajo realizado por los mencionados *#cayetanners*. Éstos ha llevado a cabo la producción de diferentes tipologías textuales relacionadas con el personaje de Irene Larra, tales como fanfics, fanarts, etcétera. “Las diferentes cuentas de Twitter sobre el personaje y el ruido generado por estas conversaciones en Internet, visibilizan una comunidad que crece más allá de los límites de la serie y sus tiempos” (Segura Díez y Cerdán Molina, 2015, p. 151). Esto hace ver que dentro de una misma ficción pueden existir diferentes tipos de fans, quienes puede que se decanten por un personaje, una trama, una localización, o cualquier otro elemento perteneciente a la ficción. Además, no tienen por qué ser fieles seguidores de toda una historia completa. Es decir, dentro de los grupos de fans existen subgrupos que se decantan por una parte u otra del mundo narrativo, algo que facilita la NT.

Para interactuar con los fans, se creó el personaje ficticio de Aurelio Pimentel, respondiendo así a las preguntas de algunos de ellos acerca de quién se encargaba de las redes sociales y de escribir artículos en la página web de RTVE dando las diferentes informaciones. Incluso se puede escuchar su voz en el primer capítulo de la segunda temporada del programa de Internet ‘*La puerta del tiempo*’, el cual se analizará con detenimiento más adelante. Así surgió la figura de Pimentel, un agente del Ministerio que fue reclutado en el siglo XIX para llevar a cabo la tarea del *community manager* de dicha institución:

“De hecho, Aurelio Pimentel desempeñó un papel fundamental a la hora de jugar con los fans, haciéndoles sentir especiales mientras estuvo en marcha esta iniciativa. Entre otras acciones, Aurelio expidió unos certificados digitales a los *becarios* del Ministerio, que posteriormente empezaron a realizar para todos los fans que los pedían a través de Twitter o Facebook. Otra de sus estrategias de dinamización del grupo fue, por ejemplo, preguntar a los participantes sobre qué periodos históricos y personajes les gustaría que aparecieran a lo largo de la serie” (Establés Heras y Rivera Pinto, 2015, p.214).



*Imagen 1.* Ejemplo del trabajo realizado por el personaje ficticio Aurelio Pimentel para mantener informados a los fans de la serie. Imagen obtenida de <http://www.rtve.es/television/20160922/ministerio-del-tiempo-tendra-tercera-temporada/1407524.shtml>. Recuperado el 23/09/16.

Aurelio Pimentel “desarrolla su rol narrativo haciendo partícipes a estos fans de los hechos que supuestamente están ocurriendo en el Ministerio en ese momento” (Establés Heras y Rivera pinto, 2015, p. 215), como cuando por ejemplo narra lo sucedido dentro del Ministerio cuando se certificó la renovación de la segunda temporada.

Este personaje atraviesa la barrera de la ficción adentrándose en la realidad, rompiendo las barreras existentes entre las mismas. Esto hace ver cómo las narrativas actuales, y más concretamente la NT, son capaces de atravesar líneas como la de lo real y lo ficticio, creando una experiencia mucho más inmersiva y creíble.

EMDT es una serie de ficción para televisión que desde el principio superó la barrera monomediática y se concibió como un producto transmedia. Cada episodio era un auténtico fenómeno en las redes, “había auténticas quedadas digitales para comentar vía Twitter el episodio de turno. Es la serie convertida

en evento, algo con lo que sueña cualquier creador de ficción. La palabra se fue extendiendo y cada vez más internautas se sumaban” (Marcos, 2015, p. 200). Con esto se refuerza la idea de que los fans de las ficciones son evangelizadores de las mismas, “son un grupo especial de espectadores a los que hay que cuidar y escuchar, pues son los mayores fans de estos productos audiovisuales. Y, además, pueden encumbrar o destruir un proyecto de estas características.” (Miranda Galbe y Figuro Espadas, 2016, p. 115). Es importante recalcar también que EMDT “aparece cuando los hábitos de consumo televisivo de muchos aficionados a las series son una patata caliente. [...] sobre todo los más jóvenes [...] quienes ignoran, desprecian incluso, los canales tradicionales” (Rey, 2015, p.3).

Como se ha argumentado con anterioridad, existen proyectos narrativos que tras un buen recibimiento y posterior demanda por parte del público, expande sus fronteras mediáticas y narrativas. Pero en el caso de EMDT no es así. Es una ficción “nacida ya como una narración ‘transmedia’ gracias a la experiencia y el éxito de otros relatos ‘transmediáticos’, también emitidos en RTVE, como por ejemplo ‘Águila roja’” (Rodríguez Terceño et al., 2016, p.4). Es una serie para televisión que, dado su potencial, fue concebida desde el comienzo como un proyecto diferente: un proyecto transmedia (Rodríguez Fidalgo y Paíno Ambrosio) que sobrepasase los límites de la televisión. Antes de su estreno, RTVE la presentó como el proyecto más transmedia de una ficción española hasta la fecha de su estreno (Rodríguez Mateos y Hernández Pérez, 2015).

### 12.3. AUDIENCIA EN DIRECTO

Un factor muy importante para todas las series y programas de televisión que son emitidos, es la audiencia y el *share* que obtienen durante su emisión en directo. De ello dependerá si renuevan por más tiempo o son cancelados para dar paso a otros programas que obtengan mejores resultados. En el caso de EMDT, las audiencias fueron las siguientes:

Capítulo <sup>122</sup>	Título	Audiencia <sup>123</sup>	Share <sup>124</sup>
1	El tiempo es el que es	2.981.000	14,8%
2	Tiempo de gloria	2.652.000	12,9%
3	Cómo se reescribe el tiempo	2.651.000	12,7%
4	Una negociación a tiempo	2.929.000	14%
5	Cualquier tiempo pasado	2.533.000	11,5%
6	Tiempo de pícaros	2.113.000	10,9%
7	Tiempo de venganza	2.188.000	10,8%
8	La leyenda del tiempo	2.245.000	10,8%
9	Tiempo de leyenda	2.839.000	14,6%
10	El tiempo en sus manos	2.675.000	13,4%
11	Tiempo de hidalgos	2.382.000	12,4%
12	El monasterio del tiempo	2.592.000	13,2%
13	Un virus de otro tiempo	2.473.000	13,3%
14	Tiempo de Magia	2.196.000	12,3%
15	Tiempo de valientes (parte 1)	2.330.000	12,1%
16	Tiempo de valientes (parte 2)	2.470.000	12,8%
17	Óleo sobre tiempo	1.911.000	9,9%
18	Separadas por el tiempo	1.752.000	9,2%
19	Tiempo de lo oculto	2.027.000	10,2%
20	Hasta que el tiempo nos separe	2.121.000	11,1%
21	Cambio de tiempo	2.013.000	10,6%

Tabla 17, de elaboración propia, a partir de datos obtenidos de diferentes páginas web<sup>125</sup>.

<sup>122</sup> Los capítulos del uno al ocho corresponden a la primera temporada de la serie, y desde el nueve al veintiuno a la segunda temporada.

<sup>123</sup> La audiencia se mide en millones de espectadores.

<sup>124</sup> El *share* es la palabra empleada por la industria de la televisión para referirse al porcentaje de audiencia que tiene un programa de televisión.

<sup>125</sup> Los datos han sido obtenidos de los sitios web <http://www.formulatv.com/series/el-ministerio-del-tiempo/audiencias/capitulos/>. Recuperados el 22/09/16.

Observando la tabla 17, se deduce que la media de espectadores de la primera temporada –capítulos del uno al ocho– es de 2.537.000 de espectadores, mientras que el *share* fue del 12,3%. Esto situaría a la ficción por encima de la media anual de ‘La 1 de TVE’ en 2015, la cual fue del 9,8% (Barlovento Comunicación, 2016). Por ello se puede decir que los resultados obtenidos en cuanto a niveles de visionado en directo por televisión de EMDT son buenos, ya que mejoran a los del global de la cadena.

Con respecto a la segunda temporada, la audiencia media fue de 2.291.000 espectadores, consiguiendo una media del 11,8% de *share*. De esta manera se puede observar cómo la segunda temporada tuvo peores resultados que la primera, pero según indican los datos dados por Barlovento Comunicación (2016b, 2016c, 2016d y 2016e)<sup>126</sup>, sigue estando por encima de la media de la cadena durante los meses de emisión de la serie, de febrero a mayo de 2016.

A su vez, se puede apreciar que a partir del capítulo 17 –‘Óleo sobre tiempo’– hay un pequeño descenso de la audiencia. Esto se debe a que tras el capítulo 16 –‘Tiempo de valientes parte 2’– se hizo un parón en la emisión de los capítulos de la segunda temporada<sup>127</sup>. Esto se conoce como *mid season* y pudo perjudicar a la ficción en cuanto a datos de espectadores, ya que hasta ese momento la media de audiencia era superior.

Por su parte, la media de espectadores las dos temporadas conjuntamente de EMDT fue de 2.384.000 –en la emisión por televisión en directo–, siendo el capítulo con más audiencia el número uno –2.981.000 espectadores–, mientras que el dieciocho fue el que menos seguimiento obtuvo –1.752.000 espectadores–. Por su lado, la media en cuanto a *share* de las dos temporadas es del 12,1%.

---

<sup>126</sup> Según los datos obtenidos de estos documentos, la audiencia media de La 1 de TVE durante febrero fue del 10,2%; en marzo del 9,9%; en abril del 10%, y en mayo fue del 10,2%. Por lo tanto, la media de EMDT ha sido superior a la de la cadena durante todos los meses en que se ha emitido. Tan sólo el capítulo 18 –‘Separadas por el tiempo’– ha bajado de la media de la cadena, con un 9,2% de *share*.

<sup>127</sup> El capítulo 16 se emitió el 4 de abril de 2016, mientras que el capítulo 17 no se emitió hasta el 25 de abril del mismo año. De esta manera hubo un parón de dos semanas sin emisión de ningún capítulo de EMDT, cuando hasta esa fecha se habían emitido semanalmente todos los lunes, desde el 15 de febrero.

## 12.4. AUDIENCIA EN DIFERIDO

Todos los datos de audiencia que acaban de mostrarse en el punto anterior, sólo hacen referencia a las audiencias que se dieron durante la emisión en directo de los capítulos de la ficción. No se tienen en cuenta los datos de visionado en modalidades como ‘A la carta’ o en diferido. Teniendo en cuenta los datos de audiencia de la emisión en directo más los de la emisión en diferido, la audiencia de la serie variaría de la siguiente forma:

a) Primera temporada:

Capítulo	Título	Audiencia lineal <sup>128</sup>	Audiencia en diferido <sup>129</sup>	Share
1	El tiempo es el que es	2.981.000	249.000	15,4%
2	Tiempo de gloria	2.652.000	265.000	13,6%
3	Cómo se reescribe el tiempo	2.651.000	215.000	13,3%
4	Una negociación a tiempo	2.929.000	257.000	14,8%
5	Cualquier tiempo pasado	2.533.000	268.000	12,3%
6	Tiempo de pícaros	2.113.000	252.000	11,7%
7	Tiempo de venganza	2.188.000	213.000	11,5%
8	La leyenda del tiempo	2.245.000	226.000	11,5%

Tabla 18, de elaboración propia. Audiencia en diferido de la primera temporada de EMDT. Datos obtenidos de <http://www.formulatv.com/noticias/53462/cuales-son-audiencia-desconocidas-el-ministerio-del-tiempo/>. Recuperado el 22/09/16.

Contando la audiencia en diferido, la primera temporada de EMDT obtendría una media de 2.538.000 espectadores, lo que supondría una media de 13% de share. Así, los números de la ficción mejoran con respecto a los de la emisión lineal.

<sup>128</sup> La audiencia lineal es la que consume el producto televisivo en directo, a través de un televisor.

<sup>129</sup> La audiencia en diferido o *time shift* es aquella que hace referencia a los espectadores que ven un programa de televisión en los siete días posteriores a su emisión en directo –lineal– a través de sistemas de grabación. La medición de este tipo de audiencia comenzó a llevarse a cabo a partir de febrero de 2015 por parte de la empresa ‘Kantar Media’. Información obtenida de <http://bluper.espanol.com/noticias/revolucion-mercado-audiencias-kantar-media-comienza-medir-audiencia-en-diferido>. Recuperado el 22/09/2016.

b) Segunda temporada:

Capítulo	Título	Audiencia lineal	Audiencia en diferido	Share
9	Tiempo de leyenda	2.839.000	295.000	15,5%
10	El tiempo en sus manos	2.675.000	207.000	13,7%
11	Tiempo de hidalgos	2.382.000	240.000	13%
12	El monasterio del tiempo	2.592.000	229.000	13,6%
13	Un virus de otro tiempo	2.473.000	183.000	13,8%
14	Tiempo de Magia	2.196.000	248.000	13,1%
15	Tiempo de valientes (parte 1)	2.330.000	220.000	12,7%
16	Tiempo de valientes (parte 2)	2.470.000	188.000	13,2%
17	Óleo sobre tiempo	1.911.000	194.000	10,5%
18	Separadas por el tiempo	1.752.000	253.000	10%
19	Tiempo de lo oculto	2.027.000	67.000	10,6%
20	Hasta que el tiempo nos separe	2.121.000	–	–
21	Cambio de tiempo	2.013.000	–	–

Tabla 19, de elaboración propia. Audiencia en diferido de la segunda temporada de EMDT. Datos obtenidos de [http://cadenaser.com/ser/2016/05/18/television/1463592046\\_331752.html](http://cadenaser.com/ser/2016/05/18/television/1463592046_331752.html)

Como se puede observar, la tabla anterior no está completa, ya que los datos de audiencias en diferido de los capítulos 20 y 21 no se han hallado. No obstante, es posible comprobar, con el resto de capítulos, la mejora de audiencia que implica el visionado en diferido también en esta segunda temporada, en comparación con la audiencia en directo.

Es importante mencionar las audiencias obtenidas por esta serie, ya que su renovación de la primera a la segunda temporada nunca fue algo seguro. Pese a que mejora los números de la cadena en la que se emite, siempre estuvo por detrás de sus máximas competidoras<sup>130</sup>. Esto hace que los directivos de La 1 se replanteasen si seguir con EMDT o cancelarla. La audiencia en diferido ayudó a tomar la decisión de continuar con una segunda temporada, pues como se puede comprobar, mejora mucho los índices de audiencia.

<sup>130</sup> Los productos ofrecidos por las cadenas de televisión ‘Telecinco’ y ‘Antena 3’ contaron siempre con mayor seguimiento por parte de la audiencia en directo que EMDT.



Por ello, es importante que las cadenas de televisión se replanteen la forma en que se miden las audiencias actualmente. Los espectadores/usuarios prefieren, en muchas ocasiones, poder ver su programa favorito en diferido. Por lo tanto, la medición de la audiencia en directo, única y exclusivamente, parece algo anticuado.

### **13. ANÁLISIS DE ‘EL MINISTERIO DEL TIEMPO’**

Tal y como se ha expuesto repetidamente este trabajo, para poder analizar de forma correcta el universo transmedia y, principalmente, su NT, es esencial definir los aspectos más importantes que forman la narrativa de esta ficción. Por lo tanto, antes de iniciar el estudio de las expansiones transmedia, se va a proceder a detallar tanto a los personajes principales de la ficción, como a su *mythos*, *topos* y *ethos*. Estos puntos son los que marcarán las posibilidades de expansión narrativa, así como las bases para la creación de las mismas, evitando así que surjan incongruencias narrativas entre las diferentes textualidades que forman este proyecto audiovisual.

#### **13.1. ESTUDIO DE LOS PERSONAJES<sup>131</sup>**

EMDT cuenta con un gran elenco actoral a lo largo de las dos temporadas emitidas hasta la fecha. Es importante realizar una breve descripción de los personajes principales, secundarios y recurrentes, ya que todos ellos pueden ser el epicentro de diversas ampliaciones del mundo narrativo de la ficción. Los personajes, como se ha indicado en puntos anteriores, otorgan la posibilidad de expandir la historia de la ficción mediante diferentes relatos y medios, ya sea mediante la introducción de nuevos individuos, o ampliando la información sobre los mismos en cualquier dirección narrativa –acción, lugar o tiempo–. Por ello se hace necesaria su descripción, ya que de ellos pueden nacer nuevas historias.

---

<sup>131</sup> La información acerca de los personajes de la ficción ha sido obtenida de la web oficial de RTVE (<http://www.rtve.es/fotogalerias/personajes-ministerio-del-tiempo/149395/>) y del wiki creado por los fans de la serie (<http://elministeriodeltiempo.wikia.com/wiki/Categor%C3%ADa:Personajes>). Ambos recuperados el 28/09/16. También se ha obtenido información de Olivares et al. (2016).

### 13.1.1. Personajes principales

Los protagonistas principales de EMDT conforman una patrulla con una sola misión: actuar ante cualquier situación que pueda cambiar el pasado. Si esto no se consiguiese, el presente podría verse afectado de manera irremediable. En la ficción, la patrulla está compuesta por tres integrantes. No obstante, durante la segunda temporada, un nuevo personaje se unió a la patrulla ocupando el lugar de Julián<sup>132</sup>. Por lo tanto, los componentes de la patrulla –tres más uno– son:

a) Amelia Folch pertenece al siglo XIX, y fue una de las primeras mujeres en ingresar en la Universidad de Barcelona. Es una mujer muy avanzada para su época, pero demasiado ingenua para el siglo XXI. Pertenece a una familia burguesa acomodada y bien posicionada, y siempre ha tenido muchas inquietudes. Es inteligente y posee una memoria prodigiosa –incluso fotográfica–, con una gran capacidad de análisis. Además es experta en historia y en latín, lo cual, sumado a sus aptitudes, la convierte en la candidata ideal para liderar la patrulla protagonista del Ministerio del Tiempo. “Amelia Folch es sin duda la literatura hecha carne y revivida en una mujer delicada, culta e inteligente” (Lorente Muñoz 2015, p. 101). Fue reclutada por Irene Larra para desempeñar ese papel de jefa de la patrulla.

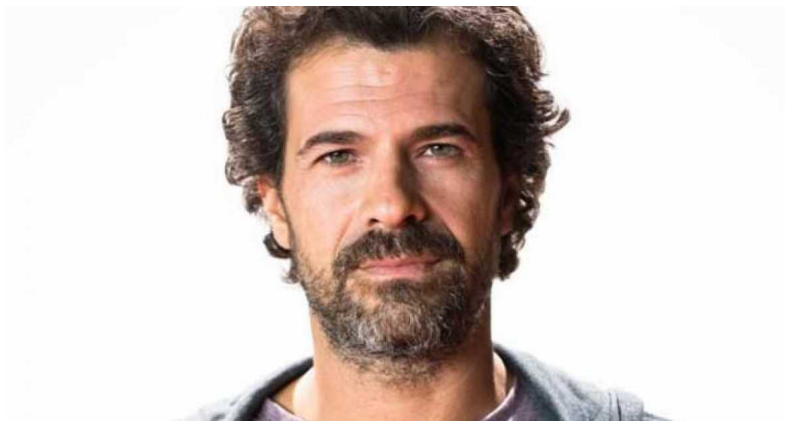
---

<sup>132</sup> El actor que da vida al personaje de Julián, Rodolfo Sancho, dejó durante un tiempo la grabación de EMDT debido a su compromiso con otra serie –Mar de Plástico (Antena 3, 2015-actualidad)–. Al estar en el aire la renovación de la ficción de TVE, se permitió al actor firmar con otra producción televisiva. Durante este espacio de tiempo en el que Rodolfo Sancho estuvo ausente, su personaje se fue a la Guerra de Cuba para que no hubiese problemas con la planificación de la producción. Los capítulos en los que estuvo ausente fueron del diez al catorce, regresando en el número quince.



*Imagen 2.* Amelia Folch. Imagen obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/personajes/>. Recuperada el 06/10/16.

- b) Julián Martínez es enfermero del Sámur de Madrid en el año 2015. Perdió a su mujer en un accidente de tráfico, lo cual hizo que se volviese más introvertido. Desde entonces, su carácter se ha tornado más oscuro, llegando a presentar un comportamiento temerario en el trabajo y poniendo en riesgo su vida en continuas ocasiones. Esto le llevará a ser apartado de su puesto. Por eso, el Ministerio supone para él una bocanada de aire fresco y una oportunidad de salvar a su mujer, Maite. Cumple el rol de médico dentro de la patrulla protagonista de la ficción, y fue reclutado por Salvador Martí.



*Imagen 3.* Julián Martínez. Imagen obtenida de <http://www.rtve.es/television/20150127/rodolfo-sancho-interpreta-julian-ministerio-del-tiempo/1084702.shtml>. Recuperada el 06/10/16.

- c) Alonso de Entrerríos es un Tercio de Sicilia del siglo XVI, con un alto sentido de honor y del amor patrio. Es poco comunicativo, sus valores son muy antiguos y no le gusta recibir órdenes de una mujer, pero su alto sentido del honor hace de él una persona digna de confianza que siempre realizará la tarea que se le encomiende. “Alonso de Entrerríos, un soldado de los Tercios de Flandes, un militar, un héroe clásico que rápidamente es comparado con el capitán Alatriste, el conocido personaje novelístico creado por Arturo Pérez-Reverte” (Lorente Muñoz, 2015, p.101). Es un experto tirador y estratega en la batalla, aportando la fuerza y la destreza militar a la patrulla.



*Imagen 4.* Alonso de Entrerríos. Imagen obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/personajes/>. Recuperada el 06/10/16.

- d) Jesús Méndez Pontón ‘Pacino’ es un policía en el Madrid del año 1981. Lo fue también durante parte de la dictadura de Francisco Franco, por lo que está acostumbrado a callar y obedecer, aunque sigue su propia moral. Es un policía implacable al que sólo le importa la verdad, el resto le es indiferente. Es un tipo de barrio que fue por el buen camino. Llegará al Ministerio por casualidad, pero sus aptitudes serán rápidamente reconocidas y se convertirá en un valioso agente del mismo.



*Imagen 5.* Jesús Pontón 'Pacino'. Imagen obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/personajes/>. Recuperada el 06/10/16.

Los tres –más uno– personajes principales de la ficción se necesitan entre ellos: “Julián no es nadie sin Amelia y Alonso, y los tres forman el cuerpo, la cabeza y el corazón del héroe de la serie. Del héroe, y del villano, como ocurre en el propio Ministerio” (Such, 2015, p. 96). Son personajes reales que en ocasiones llevan a cabo acciones reprochables, “pero es que, a veces, es difícil pensar con claridad si se está sufriendo, que es algo recurrente en la serie” (Such, 2015, p. 96). Esto nos indica que son personajes redondos (Bal, 1990), es decir, personas complejas que cambian con el transcurso de la obra, y que son capaces de sorprender al espectador en cualquier momento con sus actos o pensamientos. EMDT no cuenta con personajes llanos, es decir, estereotipados y predecibles (Bal, 1990). Todos los personajes de la serie “son puestos a prueba por el Ministerio de la manera más cruel, y todos tienen dificultad para elegir su cabeza por encima de su corazón” (Such, 2015, p. 96).

### 13.1.2. Personajes secundarios

- a) Irene Larra Girón es la jefa de logística del Ministerio y experta en recursos humanos. Nacida en Madrid 1930, en el seno de una familia de derechas, vivió siempre rodeada de enemigos –vivió Guerra Civil, de niña, en Madrid–. fue obligada por su familia a casarse con un hombre al que no amaba. Esto, sumado a su homosexualidad, provocó que intentase suicidarse, pero en ese momento fue rescatada por Leiva –ex agente del Ministerio– y reclutada por el mismo. Es una mujer con un carácter escéptico y altamente pragmática, con un alto sentido de la ironía.



*Imagen 6.* Irene Larra. Imagen obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/personajes/>. Recuperada el 06/10/16.

- b) Salvador Martí es el Subsecretario de Misiones Especiales del Ministerio del Tiempo. Es diplomático de carrera --trabajó en las embajadas de Londres, Washington y Jersualén– y de la época actual, ya que el puesto que posee debe estar ocupado por alguien contemporáneo. Es la persona encargada de informar al Gobierno y al CNI –Centro Nacional de Inteligencia– a través de un enlace enviado por estas Instituciones. Es una persona reservada que siempre sigue

las normas y no permite que nadie más se las salte. Es resolutivo y capaz de tomar decisiones difíciles y bajo presión.



*Imagen 7.* Salvador Martí. Imagen obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/personajes/>. Recuperada el 06/10/16.

- c) Ernesto Jiménez es el jefe de operaciones del Ministerio del Tiempo, un gran estratega. Es una persona seria, solitaria y perfeccionista, siempre está preocupado por que el resultado de las misiones sea el adecuado. Es muy directo a la hora de dar instrucciones. Nunca habla de su pasado, pues este le causa gran dolor. Es el padre del famoso inquisidor Tomás de Torquemada.



*Imagen 8.* Ernesto Jiménez. Imagen obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/personajes/>. Recuperada el 06/10/16.



- d) Lola Mendieta trabajó durante la Segunda Guerra Mundial como espía del Gobierno francés, y fue reclutada por Salvador Martí para el Ministerio del Tiempo en 1943. Durante una misión en las Guerras Carlistas fue dada por muerta, pero en el transcurso de una misión en 1808 fue descubierta por Amelia, Julián y Alonso. No estaba de acuerdo con las reglas y filosofía del Ministerio, por lo que fingió su muerte y comenzó a trabajar por cuenta ajena a través del tiempo, desempeñando diferentes papeles.



*Imagen 9.* Lola Mendieta. Imagen obtenida de <https://es.pinterest.com/pin/341358846732383084/>.

Recuperada el 06/10/16

- e) Angustias es la fiel secretaria de Salvador Martí. Su marido trabajaba en el Ministerio del Tiempo, el cual fue descubierto por ella tras seguirle un día. En ese momento descubrió que su marido tenía una esposa más en el siglo XIV –él procedía de este siglo–. Al descubrir el Ministerio y el secreto de su marido, fue contratada para trabajar allí. Tiene mucho sentido del humor y está enterada de casi de todo lo que sucede en el Ministerio, tanto en lo que se refiere a funcionamiento del mismo como a los cotilleos que surgen en él.



*Imagen 10.* Angustias. Imagen obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/personajes/>. Recuperada el 06/10/16.

### **13.1.3. Otros personajes**

EMDT ofrece gran variedad de posibilidades narrativas dada su temática, lo cual hace que la cantidad de personajes sea muy grande. La mayoría de ellos son episódicos, pero algunos, sin llegar a ser secundarios, si que son recurrentes a lo largo de las dos temporadas con las que cuenta hasta la fecha la ficción. Algunos son originales, mientras que otros son personajes históricos reales que trabajan como funcionarios para el Ministerio. De entre ellos cabe destacar a los siguientes, pues juegan un papel importante en el desarrollo de algunas tramas.

- a) Diego Velázquez es uno de los personajes históricos de la serie. Se trata del afamado pintor barroco español y considerado, si no el mejor, uno de los mejores pintores de la historia de la humanidad. Entre sus obras destacan '*Las Meninas*' o '*La rendición de Breda*', entre tantas otras. En la serie de televisión desempeña el papel de funcionario del Ministerio, dibujando retratos robot y participando en algunas misiones.
- b) Lope de Vega es otro de los personajes históricos reales que aparecen en la ficción. Fue uno de los más importantes poetas y dramaturgos

del siglo de oro español. Su obra es una de las más prolíficas de la historia universal de la literatura, y es tenido en cuenta como uno de los más grandes de siempre. De entre sus creaciones destacan *‘Fuenteovejuna’* o *‘El perro del hortelano’* entre otras muchas de gran nivel. En la serie se le muestra como un mujeriego y un embaucador, pues fue conocido no sólo por sus obras, sino por tener gran cantidad de hijos y amantes. Es el gran referente de la literatura para Amelia, que al encontrarse con él cara a cara se siente embelesada por su don de palabra.

- c) Ambrosio Espínola es otro personaje histórico real reclutado por el Ministerio. Fue capitán general de los ejércitos de Flandes y comandante del ejército español durante la Guerra de los 80 años. Siempre que el Ministerio se encuentra en problemas bélicos, como por ejemplo una invasión Nazi –capítulo tres–, es requerido para solucionarlos, debido a su gran capacidad militar.
- d) Susana Torres es el primer enlace conocido en la ficción entre el Ministerio y el Gobierno de España. Sigue muy de cerca la actividad de esta Institución secreta, y no siente mucho afecto por Salvador Martí, a quien intentará echar de su puesto a la más mínima opción. Ella e Irene Larra mantendrán una relación amorosa durante la segunda temporada.
- e) Armando Leiva es un agente del Ministerio procedente del siglo XIX. Fue uno de los mejores agentes del mismo hasta que su hijo enfermó de leucemia. Pidió ayuda al Ministerio para que recibiese un tratamiento del siglo XXI que permitiese ayudarle, pero Salvador Martí se lo denegó, aludiendo a las normas de la Institución. Al fallecer su hijo, se declaró en rebeldía contra el Ministerio, pero fracasó y fue encarcelado en una mazmorra en la Huesca del siglo XI. Su odio hacia el Ministerio no hizo sino crecer, fingiendo su propia muerte para volver a atacarlo.
- f) Paul Walcott es un viajero del tiempo estadounidense, que usa medios diferentes a las puertas para realizar los viajes inter-

temporales. Pertenece a una empresa privada –*Darrow*– que pretende sacar beneficio traficando con arte o llevando a cabo viajes turísticos.

- g) Maite es la mujer de Julián. Falleció en un accidente de tráfico, y tras ello, Julián cambió para siempre. Es la responsable de muchos de los actos que éste lleva a cabo, pues se resiste a perderla y viaja por el tiempo para intentar solucionar lo sucedido. Lo era todo para él, y no puede olvidarla.
- h) Blanca es la mujer de Alonso. Al ser dado éste por muerto en la Guerra de Flandes y ser reclutado como agente del Ministerio, Blanca tuvo que casarse con otro hombre para poder seguir adelante. Antes de que esto sucediese quedó embarazada, pero Alonso no lo sabía. Más adelante, en una misión para salvar a Lope de Vega, Alonso conocerá a su hijo y lo salvará de una inevitable muerte. Además, Blanca siempre será ayudada por su difunto esposo, el cual acudirá en su ayuda en diferentes ocasiones como su ángel de la guarda.
- i) Elena Castillo: es una mujer de la época actual, pero físicamente igual que Blanca, la mujer de Alonso. Al verla, éste ve a su mujer de otro tiempo y se enamora rápidamente de ella, pese a ser una mujer totalmente diferente. Ella también siente por él algo especial.
- j) Enric Folch: es el padre de Amelia, un burgués acomodado en la Barcelona del siglo XIX. Defensor de la libertad y de la igualdad, siempre se pone de parte de su hija, a la cual adora.
- k) Carme: es la madre de Amelia. Siempre preocupada por las apariencias y por el bienestar de su familia. Es una mujer tradicional que quiere para su hija lo mismo que quería para ella: un buen marido que le dé hijos y una buena posición social. Por ello está preocupada por su hija, ya que parecen interesarle otros temas menos femeninos, como la literatura de ciencia ficción.
- l) Gil Pérez: es uno de los mejores agentes del Ministerio. Desarrolla su actividad en Lisboa en el siglo XVI, cuando esta ciudad aún pertenecía al Imperio Español. Es un hombre con recursos e ideas propias, las cuales no pone de manifiesto abiertamente, excepto en algunas ocasiones.

- m) Germán: es el bedel del Ministerio del Tiempo. Un personaje que siente nostalgia por tiempos pasados, especialmente de los grandes logros de su equipo de fútbol, el Atlético de Madrid. Pertenece a la época actual.

### **13.2. MYTHOS, TOPOS Y ETHOS DE ‘EL MINISTERIO DEL TIEMPO’**

Los conceptos *mythos*, *topos* y *ethos*, introducidos por Klastrup y Tosca (2004) en el ámbito de la NT, son esenciales para poder llevar a cabo las expansiones narrativas de los mundos de ficción. La definición de las leyes físicas, o normas, de cada mundo narrativo se especifica en ellos, y deberían estar incluidos en la biblia transmedia. De esta manera, los encargados de elaborar los distintos relatos, tendrán unas pautas que seguir para mantener la cohesión de la historia en todo momento. Así se evitarán incongruencias narrativas a través de los textos que compongan la NT del proyecto.

En narrativas del género de ciencia ficción, como EMDT, es importante aceptar como ciertas o veraces las leyes que proponen las historias, a pesar de que en muchas ocasiones puedan resultar inverosímiles. Pero eso es precisamente la ciencia ficción, un género “en el que los relatos presentan el impacto de avances científicos y tecnológicos, presentes o futuros, sobre la sociedad” (Hanson, 2006, p.168). Otra definición de este género expone que la ciencia ficción, entendida dentro de lo fantástico, “comporta una irrupción de lo imaginario en lo real utilizando la ciencia como coartada de la fantasía, provocando la transformación de lo verosímil en un referente tanto eminente como pretendidamente científico que cumplirá, en ambos supuestos, un rol mítico” (Bassa y Freixas, 1993, p.31). Se trata de una forma de narrar historias que permite ahondar en las inquietudes del ser humano a través la fantasía. Hanson (2006) hace una distinción entre la ciencia ficción dura y blanda:

- a) Ciencia ficción dura: se caracteriza por la fidelidad a los datos científicos de una historia. Un ejemplo de este tipo de ficción sería la

película *Interstellar* (Paramount Pictures y Warner Bros Pictures, 2014).

- b) Ciencia ficción blanda: hace referencia a un tipo de historias que prestan mayor atención a la filosofía, sociología, política y moral humana que a la ciencia conocida. Pero siempre teniendo en cuenta los elementos del género fantástico<sup>133</sup> que se enmarcan en cada mundo narrativo. Aquí es donde mejor se encuadra EMDT, ya que prima en muchas ocasiones la psicología de los personajes y sus problemas, la política de un Ministerio inexistente, la filosofía que traen consigo los viajes en el tiempo y los cambios que se pueden provocar, etcétera.

Es necesario que el creador –o los creadores– de un mundo narrativo, sean conscientes de la importancia que tienen las leyes físicas –*mythos*– dentro de todos y cada uno de los relatos. Se debe conseguir que lo improbable sea creíble dentro de la ficción, para así lograr mantener a los espectadores/usuarios atrapados dentro del relato que esté siendo consumido. En las historias cuyo género sea la ciencia ficción, el *mythos* deberá cumplir la siguiente función:

“Justificar cualquier situación por irracional que ésta sea, [...] pues, al igual que ocurre con la religión, el mito propone como elemento indispensable la obligación de creer lo que no se nos demuestra, la obligación de tener fe como imperativo categórico. [...] Todo mito se basa en la aceptación de sus postulados sin discusión” (Bassa y Freixas, 1993, p.28-29).

Los sucesos que acontecen en la serie se toman como reales, intentando “encontrar las leyes físicas que permiten explicarlos, sin plantearse su imposibilidad” (Sáez de Adana, 2015, p. 242). Para ello, el espectador debe estar preparado para recibir cualquier tipo de información que no resulte creíble en un universo racional, pero que dentro del mundo narrativo de la ficción tiene total sentido. Una ficción debe conseguir que los espectadores/usuarios no se planteen las física de la historia, sino que la tome como cierta. Para ello será necesario dar unas pautas de lo posible y lo imposible dentro de cada mundo

---

<sup>133</sup> La ficción fantástica es un género que trata sobre futuros fantásticos y realidades paralelas (Hanson, 2006) conformado por elementos no existentes en el mundo real.

narrativo determinado. Esto, por ejemplo, se ve en el primer capítulo de EMDT, cuando Salvador explica a los protagonistas el funcionamiento de los viajes en el tiempo.

### **13.2.1. *Mythos* de El Ministerio del Tiempo<sup>134</sup>**

El Ministerio del Tiempo es una institución gubernamental secreta perteneciente al Gobierno de España y que data de los tiempos de los Reyes Católicos, cuando el rabino Abraham Levi entregó a la Reina Isabel la Católica el libro de las puertas<sup>135</sup> a cambio de la protección de su familia. Éste libro contiene y explica las claves para poder usar las puertas del tiempo, las cuales son unos portales temporales que usan los agentes del Ministerio del Tiempo para realizar viajes a través de las diferentes épocas de la Historia de España. Tal y como explican los creadores de este mundo narrativo:

“Este libro se guardaba en una sinagoga de Toledo que fue destruida por un incendio, y desde la cual se podía acceder a dichas puertas. A causa de las llamas, el libro no se conserva en su totalidad. A partir de este hallazgo, la reina Isabel decide crear el Ministerio del tiempo” (Olivares et al., 2016, pp. 51).

En el EMDT no existen los viajes en el tiempo más allá de 2016, pero sí de épocas pasadas al futuro –hasta el 2016–. Por ejemplo, personajes como Amelia y Alonso, entre otros, viajan de sus épocas a años posteriores. Para los viajes en el futuro, siguiendo la teoría anterior, sería necesario que sucediese algo en el momento presente que pudiese hacer peligrar el futuro. Entonces se abriría una puerta que conectaría ese tiempo más adelantado con el 2016, y un funcionario del Ministerio haría uso de ella. Sólo de esta manera, los personajes de la serie, tal y como los conocemos, podrían viajar a través de esa puerta al futuro.

---

<sup>134</sup> La información de este punto ha sido obtenida del visionado de los capítulos de las dos temporadas, de la información proporcionada en página web de RTVE –tanto clips de vídeo como información escrita–, de la página de Wikia de EMDT y de Olivares et al., (2016)

<sup>135</sup> Como curiosidad, un fan de EMDT recopiló la información dada en los capítulos de la primera temporada para crear un listado con las puertas y las épocas a las que dirigen. Se puede consultar en <http://forohistoria.rtve.es/viewtopic.php?t=138>, recuperado el 06/10/16.

No obstante, tal y como lo define Salvador Martí en el primer capítulo de la primera temporada, no se puede viajar al futuro de ninguna manera. Esta explicación es ampliada durante el capítulo diez de la segunda temporada, cuando el mismo Subsecretario muestra el Ministerio a Pacino. La línea temporal de la Historia es como una línea de tren, cuya última parada es el 2016. Por lo tanto, se puede viajar desde cualquier época al pasado y al futuro, excepto desde el año 2016, desde donde sólo se puede viajar al pasado.

Existe otra posible interpretación, la de los mundos paralelos, en la que los personajes, en lugar de viajar por el tiempo, pasarían de un mundo a otro, como en el caso de *Fringe* (Fox, 2008-2013). Aparecería, entonces, la cuarta dimensión en EMDT, porque “ahora tenemos hechos que suceden en el mismo espacio pero en distintos momentos temporales” (Sáez de Adana, 2015, p. 246). Esto se pone de manifiesto en el capítulo cinco, cuando Alonso se da cuenta de que la casa donde viven en el siglo XXI es la misma donde vive él en el siglo XVI, y Julián comenta que es escalofriante pensar en la cantidad de agentes del Ministerio que residen en el mismo sitio a la vez (Sáez de Adana, 2015). Algo parecido sucede en el capítulo siete, “donde podemos ver acontecimientos que suceden simultáneamente en el mismo lugar (el propio Ministerio y la casa de Julián) pero en tiempos diferentes” (Sáez de Adana, 2015, p. 247)<sup>136</sup>, aunque esto puede ser únicamente una técnica de montaje televisivo.

No se trata, pues, de una máquina del tiempo, sino de puertas que cruzan el espacio-tiempo y conectan España en sus diferentes épocas. Están localizadas en un viejo edificio en el corazón de Madrid<sup>137</sup>, y para acceder a ellas es necesario bajar por una enorme escalera de caracol cuya caída es impresionante,

---

<sup>136</sup> Sáez de Adana (2015, p.247) se plantea que, de ser cierta la teoría de los mundos paralelos, “no deja de plantear preguntas de mayor o menor dificultad. La primera sería cuál es el proceso para la aparición de nuevas puertas o, lo que es lo mismo, cómo se crean estos universos paralelos. En la teoría de universos paralelos tradicional, un nuevo universo se crea cuando en una determinada situación hay dos posibilidades y las dos se dan simultáneamente. En el caso de los tiempos paralelos, hasta el momento, no existe una explicación clara, pero los hechos mostrados en la serie, parecen indicar que la aparición de esas puertas parece ligada a acontecimientos importantes vinculados a la fuerza que rige la corriente temporal: la Historia” (p. 247).

<sup>137</sup> El edificio que hace las veces de fachada del Ministerio del Tiempo se conoce como el Palacio de la Duquesa Sueca, y se encuentra en la calle Duque de Alba de Madrid. Hasta allí se han dirigido números fans de EMDT para fotografiarse en la entrada de este Ministerio ficticio.



según dice Salvador Martí en el primer capítulo. El mismo libro de las puertas proporciona un listado que muestra a qué época está conectada cada una de las puertas, ya que no se encuentran ordenadas de forma cronológica. Como se explica en el capítulo 10 de la serie, existe también una aplicación para teléfono móvil que se actualiza cada semana, mostrando a qué época histórica corresponde cada puerta.

Estas puertas se encuentran bajo el control del Ministerio, son las puertas oficiales, pero existen otras que no están controladas. Puertas clandestinas que utilizan ciertas personas ajenas al Ministerio para cambiar la Historia en su propio beneficio. Uno de los objetivos del Ministerio es encontrarlas y clausurarlas. Además existen tanto puertas fijas como puertas móviles, que permiten al Ministerio llevarlas al lugar donde deseen, siempre y cuando el tamaño de la puerta lo permita.

El objetivo principal del Ministerio del Tiempo es evitar que el pasado cambie, ya que esto podría traer problemas en el futuro. Un pequeño cambio podría alterar de forma definitiva el devenir de los tiempos y la Historia tal y como la conocemos. Esto no es algo baladí, ya “que una alteración de magnitud importante [por ejemplo, matar a Hitler en el capítulo tercero] parece que sí que debe ser calculado” (Sáez de Aldana, 2015, p. 245) por los agentes del Ministerio, ya que no se puede saber qué podría llegar a suceder en los años venideros. No obstante, hay pequeños cambios que no parecen afectar de manera dramática en el futuro, como cuando Alonso decide salvar la vida de su hijo en el segundo capítulo. Esto “corroboraría la idea de estar ante un sistema no caótico” (Sáez de Aldana, 2015, p. 245), es decir, que no se basa en la teoría del caos, la cual defiende que pequeñas variaciones pueden generar grandes cambios en otros lugares o situaciones.

Para evitar que todo este tipo de cambios alteren el futuro, el Ministerio cuenta con funcionarios españoles de distintas épocas. Estos trabajadores viajan al lugar donde se ha producido una alteración para corregirla, utilizando los medios que sean necesarios.

Como toda organización, el Ministerio del Tiempo tiene su forma de actuar, sus normas, y existe una jerarquía estricta. Las misiones no las realiza un funcionario de forma aislada –excepto en casos excepcionales–, sino que el Ministerio forma patrullas de trabajadores que siempre viajan juntos. El número de estas es indeterminado, tan sólo se conoce la formada por Julián/Pacino, Amelia y Alonso. Por lo que se puede deducir en la ficción, cada patrulla cuenta con un jefe –Amelia en el caso de la patrulla protagonista– y dos agentes de campo. Pero es probable que esto no sea así siempre, quizás puedan existir otro tipo de patrullas más especializadas que cuenten con un número diferente de agentes.

A la cabeza del Ministerio se encuentra el Subsecretario del Ministerio, Salvador Martí, quien responde ante un enlace con Presidencia del Gobierno, Susana Torres. Por debajo de Salvador se sitúan Ernesto –jefe de operaciones– e Irene –jefa de logística–. Un escalón por debajo de éstos, se encuentran Diego Velázquez –retratista del Ministerio–, Ambrosio Espínola – jefe de acciones militares– y los jefes de las patrullas. Por último, en el escalón más bajo, están los agentes de campo.

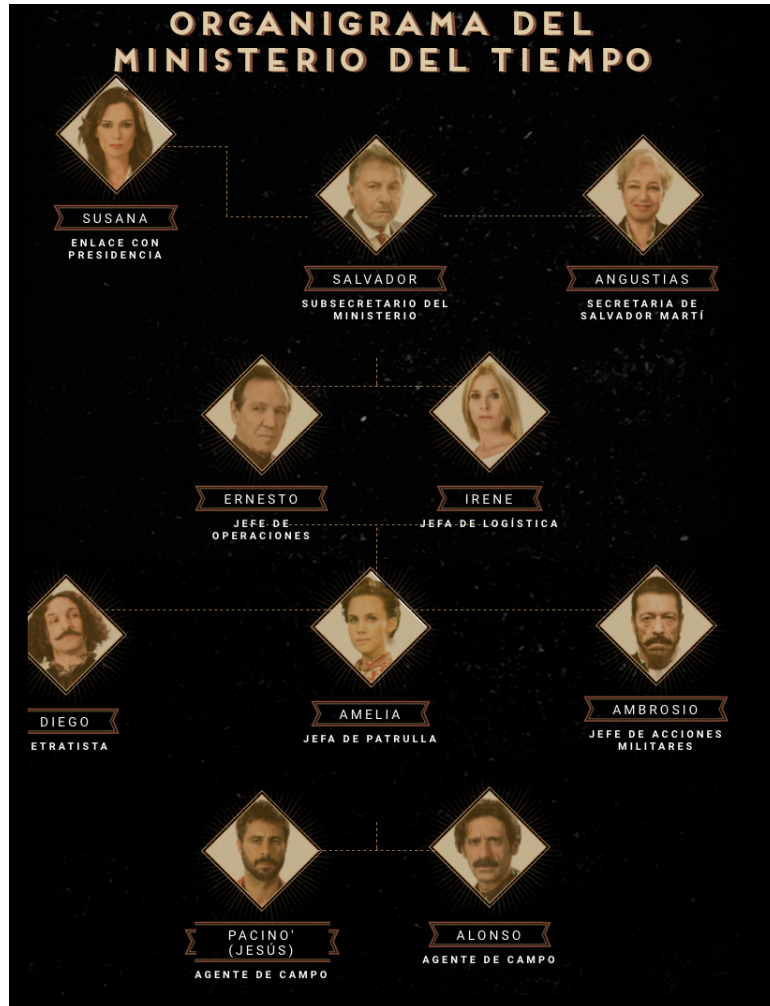


Imagen 11, obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/personajes/>. Recuperada el 06/10/16.

Este Ministerio, como cualquier otro, tiene ciertas normas, siendo muy estricto en su cumplimiento. Éstas pretenden evitar que se conozca la existencia de la institución, así como evitar que cambie el pasado: está prohibido viajar al pasado en beneficio propio; no está permitido alterar el pasado, todo tiene que suceder tal y como cuenta la Historia; no se pueden llevar objetos de un tiempo a otro; y si alguien enferma en una época pasada, no puede viajar a otra época, debe ser tratado en el momento y el lugar donde esté para evitar problemas mayores –cosa que sucede en el capítulo trece–.

En un curso *online*<sup>138</sup> para patrulleros del Ministerio del tiempo, se nombran cuatro reglas esenciales para todo agente del mismo: 1) trabajan para evitar alteraciones en el desarrollo de la Historia; 2) no mostrar los teléfonos ni los *gadgets* del Ministerio a nadie ajeno al mismo, y no realizar llamadas a nadie que no pertenezca a la institución; 3) en el Ministerio del tiempo no hay horarios laborales fijos, y 4) se debe tener cuidado extremo con el uso de las puertas del tiempo, para evitar que nadie las descubra.

El Ministerio del Tiempo cuenta con un moderno sistema de comunicación basado en tecnología móvil, que permite contactar a aquellos que cuenten con uno de estos dispositivos en cualquier época. Además, los agentes cuentan con conexión a Internet en cualquier momento histórico, de manera que están enterados de las últimas noticias y siempre tienen una forma de comunicarse con el Ministerio de 2016.

Más allá de los viajes en el tiempo, o a mundos paralelos, EMDT cuenta con las leyes físicas normales y conocidas por todo el mundo, ya que son las mismas que las de la vida real. Los personajes no tienen poderes especiales y no existen criaturas diferentes a las de La Tierra tal y como la conocemos. Por ello, lo expuesto en este punto se considera el *mythos* de EMDT. Todo ello debe ser acatado por cualquiera de las expansiones que surjan de este mundo narrativo.

### **13.2.2. Topos de ‘El Ministerio del tiempo’**

El *topos* de EMDT es bastante amplio dada su temática, pero a su vez es sencillo de explicar. Una vez analizado el *mythos* de esta ficción y comprendidas las leyes que la rigen, queda definir el espacio y el tiempo en el que se mueven los personajes que habitan en este mundo narrativo ficcional.

---

<sup>138</sup> Para acceder a estas cuatro lecciones, es necesario visitar la sección ‘Vídeos’ – <http://www.rtve.es/alacarta/videos/el-ministerio-del-tiempo/>– y buscar los clips de vídeo cuyo título es: ‘curso online para patrulleros del Ministerio del Tiempo: lección –1, 2, 3 y 4–’.

El espacio en el que se encuentran los personajes de esta ficción es el planeta Tierra, y abarca todos aquellos territorios que fueron españoles, o de imperios y reinos que ejercieron su influencia sobre la Península Ibérica<sup>139</sup>, a lo largo de la Historia de la humanidad. Las puertas del tiempo tienen, por decirlo de alguna manera, jurisdicción en aquellos lugares que formaron parte de España –o de lo que iba a ser España– en algún momento.

El tiempo en el que se pueden desarrollar los relatos pertenecientes al mundo narrativo de EMDT no queda aclarado en ninguno de los contenidos afines a la misma. Tan solo es conocido que el 2016 –o el último año del calendario en que se emite cada temporada– es la fecha límite para viajar por el tiempo. En cambio, no se indica el primer año al que se puede viajar. De todas formas, al igual que sucede con el espacio por el que se pueden mover los personajes de la serie, el tiempo en el que pueden actuar es todo aquel en el que un imperio o reino ejerció influencia sobre la península Ibérica y sus habitantes.

### **13.2.3. *Ethos de ‘El Ministerio del tiempo’***

El *ethos* que define a cada uno de los personajes es esencial para el buen desarrollo de las historias de ficción, por lo que debe ser tenido en cuenta por parte de los guionistas de las distintas expansiones narrativas. Como ya se ha expuesto anteriormente, es primario que un proyecto transmedia tenga coherencia en todas sus partes y, por supuesto, en las emociones de los personajes es esencial (Brenes, 2012).

La gran cantidad de personajes y su pertenencia a diferentes épocas de la Historia de España hacen que el *ethos* de EMDT presente una riqueza de

---

<sup>139</sup> Esta afirmación se deduce del capítulo uno, cuando Salvador y Julián cruzan una puerta que lleva al momento de la construcción del acueducto de Segovia –siglo II d.C. –. En el capítulo diez se ve cómo un agente del Ministerio llega de una misión que tiene que ver con Julio César en el siglo I a.C. En la cuenta de Instagram de EMDT también se puede comprobar cómo los agentes del Ministerio viajan a épocas anteriores a la constitución de España como Reino o Imperio. Gracias a esta red social se observa cómo Ernesto Jiménez llevó a cabo una misión durante el año 8.520 a.C. Por lo tanto, las misiones pueden abarcar más tiempo y espacio que el del Imperio o Reino español como tal.

moralidades y éticas muy amplia. Es muy interesante, además, el choque cultural que se muestra en la ficción al mezclarse, por ejemplo, un Tercio de Flandes del siglo XVI con un enfermero del Sámur del siglo XXI. De esta manera, cada personaje se mueve por unos intereses afines a la época de la que vienen.

Pese a las claras diferencias existentes entre los personajes de EMDT, debido a que provienen de diferentes épocas, a todos les une un mismo sentimiento: el de la amistad y el compañerismos, así como el de protección por los seres que más quieren. Estas son, principalmente, las emociones que provocan los actos de los miembros que integran el Ministerio del Tiempo.

Por lo tanto, cada personaje se moverá por sus propio *ethos*, siendo el de los protagonistas de la siguiente forma:

- a) Amelia pertenece a un mundo en el que las mujeres no cuentan con las mismas oportunidades que los hombres. De ella se espera que se case y forme una familia ‘decente’ según el canon de la época. En cierto modo, es una incomprendida en su época, ya que ni su madre ni sus amigas entienden su forma de vivir y ver las cosas. Pero Amelia no es así, es una adelantada a su época que cree en la igualdad de oportunidades y en la justicia. Dice mucho de ella ser una de las primeras mujeres en estar matriculada en la Universidad de Barcelona. Es muy inteligente y resolutiva, por lo que se le asigna el rol de líder de la patrulla. Sus conocimientos sobre literatura son amplísimos, así como de la Historia y cultura españolas. Se trata de la “protagonista más libre al no haber amado, ni en sentido físico ni espiritual, ni tener responsabilidades maternas, y no siente la carga de un pasado que limite sus decisiones” (Rubio-Hernández y Raya Bravo, 2015, p.143). No obstante siempre intenta no defraudar a su familia, pretendiendo mantener una apariencia de relativa normalidad frente a ellos. En el apartado amoroso es verdaderamente inexperta, y no sabe diferenciar sus propios sentimientos, si son verdaderos o no.

En el capítulo uno de la serie pronuncia unas palabras que la definen a la perfección, en un diálogo con Irene Larra: “A veces pienso que las mujeres somos nuestras peores enemigas. Pero eso tiene que cambiar. Estoy segura de que en un futuro las mujeres podrán hacer lo mismo que un hombre<sup>140</sup>”. Y, tal y como apostilla Salvador en ese mismo primer capítulo de la serie, Amelia es “moderna e inteligente, ve lo que los demás no ven”<sup>141</sup>.

- b) Julián trabaja en el Sámur del siglo XXI en Madrid, lo que hace que cuente con una dilatada experiencia como enfermero y sea capaz de salir airoso en casi cualquier percance que requiera de sus habilidades. Esto lo hace un miembro indispensable para el Ministerio. Salvador Martí, en el primer capítulo de EMDT, defiende su elección como parte de la patrulla alegando que “alguien que trabaja en Urgencias en Madrid hoy en día es un salvoconducto para cualquier viaje al pasado<sup>142</sup>”. Tiene un conflicto muy grande debido a la pérdida de su mujer –Maite– en un accidente de tráfico, lo que hace que su vida le importe menos y lleve a cabo actos temerarios en su trabajo. No tiene nada que perder. Eso sí, siempre intenta ayudar a quien lo necesita, pero poniendo en situaciones de peligro a sus compañeros y a sí mismo. Tiene sus propias ideas y no siempre sigue las reglas establecidas, lo que en ocasiones puede traerle problemas. Es el personaje contemporáneo de la serie, por lo que el espectador conocerá el Ministerio a través de sus ojos.
- c) Alonso, soldado de los Tercios de Flandes, una unidad de élite del ejército español durante el siglo de oro –siglo XVI–. Experto en tácticas de batalla y letal en el cuerpo a cuerpo. Se podría considerar el soldado perfecto, lo cual sirve de gran ayuda dentro de la patrulla, ya que cuando la diplomacia falla, Alonso es el encargado de solucionar el asunto por otros medios. Su ética es la de un soldado español del siglo

---

<sup>140</sup> Transcripción del primer capítulo, ‘El tiempo es el que es’, de la primera temporada de EMDT. Obtenido de: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/el-ministerio-del-tiempo/ministerio-del-tiempo-capitulo-1/3013194/>.

<sup>141</sup> Transcripción obtenida del mismo lugar que la anterior.

<sup>142</sup> Transcripción obtenida del mismo lugar que los anteriores.

XVI. Para él, el honor y la verdad está por encima de todo, y lo defenderá hasta sus últimas consecuencias –tal y como se puede ver en el primer capítulo–. Siempre sigue las reglas establecidas, pero si se trata de su familia estará dispuesto a saltárselas. Es, además, el más leal compañero, nunca deja a nadie atrás y defenderá a sus amigos hasta la muerte. Dado su siglo de procedencia, sus valores son machistas y antiguos. Al tratarse de una mujer, le costará aceptar a Amelia como jefa de la patrulla, pero al ser una orden directa de sus superiores, lo aceptará a regañadientes. Eso sí, nunca fallaría a su patrulla y siempre cumplirá sus órdenes. La definición que da Salvador Martí en el primer capítulo sobre Alonso es la siguiente: “Alonso es un veterano de los Tercios de Flandes, es el soldado perfecto. Lo pones ante un marine cuerpo a cuerpo con un solo cuchillo y no le dura ni medio minuto. [...] Su sentido del honor y de la palabra ya no se encuentran. Y es un patriota<sup>143</sup>”.

- d) ‘Pacino’ es un detective de la brigada de estupefacientes del distrito de Usera en el Madrid de 1981. Su nombre viene dado como referencia al personaje interpretado por Al Pacino en la película *Serpico* (Paramount Pictures, 1973). Al provenir de los años 80, el futuro le resulta extraño, debido a la cantidad de cambios tecnológicos y sociales sufridos en el mundo. Tiene un código moral más alto que el propio cuerpo policial al que pertenece, por lo que en ocasiones se enfrenta con el mismo, no por desobediencia, sino porque cree en un tipo de justicia que a veces no se imparte. Por ello, en ocasiones se toma la justicia por su mano. Además, tiene muy presente la figura de su padre, quien era policía y se suicidó, lo que marca mucho a Pacino. Es un personaje que se desenvuelve bien en la calle, que está acostumbrado a tratar con gente problemática. Tiene una actitud chulesca y no teme a nadie. Esto hace que sea un perfecto componente en la patrulla, ya que tiene la capacidad de adaptarse ante cualquier

---

<sup>143</sup> Transcripción obtenida del mismo lugar que las tres anteriores.



tipo de persona o situación, y es capaz de obtener la información que haga falta utilizando los medios que sean necesarios.

También es interesante conocer el *ethos* de los personajes secundarios, pues aparecen en prácticamente todos los capítulos y en ocasiones son esenciales para el desarrollo de la trama:

- a) Irene nació en los años 30, una época en la que no podía desarrollar su personalidad con toda normalidad. En aquel entonces la homosexualidad estaba muy mal vista y fue obligada a casarse con un hombre al que no amaba. Una vez reclutada y viviendo en la actualidad, pudo revelarse tal y como es sin tapujos. Es una mujer muy inteligente pero bastante impulsiva, lo que en muchas ocasiones genera problemas y se retracta de sus propios actos. Es una buena compañera hasta que algo no le gusta o no le conviene, llevando a cabo sus propias acciones sin esperar a nadie. Sin ser fiel totalmente al Ministerio, es un gran activo para el mismo, pues tiene una gran capacidad de organización –es la jefa de logística del Ministerio–, algo muy necesario en la Institución.
- b) Salvador es el subsecretario de el Ministerio del Tiempo. Una persona recta y seria que siempre sigue las reglas, haciendo que los funcionarios que trabajan en el Ministerio las cumplan de igual forma. Él tiene el poder dentro del Ministerio, manejando las misiones y las patrullas a su antojo, pero siempre con un único fin, hará cualquier cosa para que la Historia no cambie.
- c) Ernesto es el jefe de operaciones de el Ministerio, siendo el más leal servidor del mismo. Es una persona con un gran sentido del honor que nunca fallaría al Ministerio ni a sus integrantes. Es capaz de dar su propia vida por los mismos, y nunca pondría en peligro la misión por salvarse a sí mismo. Es, probablemente, la persona más digna de confianza dentro de la Institución. Así mismo, es padre del famoso Inquisidor Torquemada, lo cual marca mucho su carácter.

- d) Lola, ex-agente del Ministerio, que por discrepancias con el mismo y su integrantes, decide actuar por su cuenta. Se dedica principalmente a traficar con obras de arte para sacar beneficio propio, y en muchas ocasiones se interpone en los asuntos del Ministerio.
- e) Angustias es la secretaria de Salvador Martí, y se entera de todo lo que sucede dentro y fuera de las puertas del Ministerio del Tiempo. Siempre quiere conocer todo de todos, es muy cotilla. Siempre será fiel a Salvador y al Ministerio, aunque a veces tenga sus dudas.

### 13.3. LOS CAPÍTULO DE ‘EL MINISTERIO DEL TIEMPO’

Al igual que sucede con los personajes, es necesario describir los capítulos de la serie de ficción emitida por televisión, ya que, al tratarse del medio estrella de la NT –e incluso del universo transmedia–, de ellos se pueden obtener interesantes datos tales como: lugares, tiempo en que se desarrolla y acciones que tienen lugar y que pueden generar a expansiones narrativas posteriores. El tono y el estilo que se propone en estos episodios, marcará el del resto de contenidos.

EMDT cuenta, hasta la fecha, con dos temporadas completas ya emitidas<sup>144</sup>. La primera consta de ocho capítulos, mientras que la segunda comprende un total de trece. La emisión del primer capítulo –primera temporada– tuvo lugar el martes 24 de febrero de 2015<sup>145</sup>, mientras que el último emitido hasta la fecha vio la luz el 16 de mayo de 2016<sup>146</sup>.

---

<sup>144</sup> La tercera temporada fue confirmada el 22/09/16 por TVE, mientras tenía lugar la redacción de la presente tesis doctoral.

<sup>145</sup> Es importante señalar que el primer capítulo de la serie fue emitido en martes, mientras que el resto de los mismos fue emitido los lunes. Esto se debe a que TVE quiso ayudar a la ficción con la audiencia porque justo antes se emitía un partido de *Champions League* –campeonato europeo de clubes de fútbol–, y de esta manera arrastrar a parte de la audiencia. Información obtenida de <http://www.vayatele.com/ficcion-nacional/el-ministerio-del-tiempo-viaja-a-los-lunes>. Recuperado el 22/09/16.

<sup>146</sup> Información obtenida de <http://www.formulatv.com/series/el-ministerio-del-tiempo/audiencias/>. Recuperado el 22/09/16.

A continuación se presenta la sinopsis de cada capítulo, acompañada de los personajes episódicos que aparecen en cada uno y de el momento y época histórica en que se basa cada uno<sup>147</sup> :

1. Capítulo 1 *‘El tiempo es el que es’*.

- Sinopsis: Un oficial del ejército napoleónico de 1808 descubre que existe una serie de puertas que permiten viajar en el tiempo. De esta forma logra viajar desde ese año hasta el presente, donde al entrar en una librería descubre que todos los libros hablan de Guerra de la Independencia. Por ello decide volver al pasado y asesinar al hombre clave en la derrota de las tropas francesas, ‘El Empecinado’. Por su lado, el Ministerio del Tiempo acaba de reclutar a tres nuevos agentes: Amelia Folch, una de las primeras mujeres universitarias en la Barcelona del siglo XIX; Alonso de Entrerríos, un soldado de los Tercios de Flandes condenado a muerte; y por último, Julián Martínez, un médico del Sámur en 2015. Ellos serán los encargados de hacer que no cambie la historia y la Guerra de la Independencia continúe tal y como dicen los libros de Historia.
- Personajes episódicos relevantes: Thibaud –oficial napoleónico–, Juan Martínez Díez ‘el Empecinado’, Maite –mujer de Julián– y Blanca –mujer de Alonso–.
- Período y lugar histórico: Siglo I d.C. –Segovia–, 1569 –Flandes y Madrid–, 1656 –Madrid–, 1808 –Madrid–, 1880 –Barcelona–, 1996 –Madrid–, 2012 –Madrid– y 2015 –Madrid–.

2. Capítulo 2 *‘Tiempo de gloria’*.

- Sinopsis: El Ministerio del Tiempo recibe una llamada de Gil Pérez, uno de sus agentes más importantes durante el reinado de Felipe II. Éste informa de que Félix Lope de Vega, alistado en la Armada Invencible, va

---

<sup>147</sup> Toda la información aquí recogida se ha obtenido de Caudeli (2015), la página web oficial de la productora Cliffhanger (<http://cliffhangertv.com/web/el-ministerio-del-tiempo/>) y de la página de Wikia –empresa que concede alojamiento web gratuito para sitios basados en tecnología wiki, es decir, páginas web colaborativas hechas por cualquier persona que navegue por Internet y que quiera compartir conocimientos sobre temas concretos– de EMDT (<http://elministeriodeltiempo.wikia.com/wiki/Cap%C3%ADtulos>).

a embarcar en un navío diferente al que debería hacerlo según la historia –el San Juan, una de las pocas naves que lograron salvar la vida–. De ser así, moriría sin escribir sus más famosas obras. Por ello, la patrulla viajará a la Lisboa de 1588 para que el afamado poeta y dramaturgo español embarque donde le corresponde. A su vez, Alonso conocerá a su hijo, quien también va a embarcar en una de las naves de la Armada Invencible.

- Personajes episódicos relevantes: Félix Lope de Vega, Alonso de Entrerriós –hijo–, Gil Pérez –agente del Ministerio en el reinado de Felipe II–, Maite –mujer de Julián– y Blanca –mujer de Alonso–.
- Período y lugar histórico: 1579 –Sevilla–, 1588 –Lisboa–, 1880 –Barcelona–, 2012 –Madrid– y 2015 –Madrid–.

### 3. Capítulo 3 ‘*Cómo se reescribe el tiempo*’.

- Sinopsis: El régimen Nazi descubre la existencia de las puertas del tiempo y deciden hacer uso de ellas. Aprovechando la reunión entre Hitler y Franco en Hendaya en 1940, un grupo de soldados alemanes acuden a Montserrat para acceder al Ministerio a través de una puerta que se halla en el famoso monasterio de dicha localidad. La patrulla acudirá para impedir que esto suceda, pero finalmente los soldados del ejército Nazi acceden al Ministerio del Tiempo actual. Allí toman como rehenes a todos quienes se encuentran en el lugar.
- Personajes episódicos relevantes: Heinrich Himmler, Heinrich Muller, Adolf Hitler, Francisco Franco y Ambrosio Espínola.
- Período y lugar histórico: 1880 –Barcelona–, 1940 –Cerbère, París, Hendaya, Montserrat, Madrid, Barcelona– y 2015 –Madrid–.

### 4. Capítulo 4 ‘*Una negociación a tiempo*’.

- Sinopsis: Abraham Levi fue el creador del Libro de las Puertas, aquél que usa el Ministerio del tiempo para viajar de una época a otra. Este libro fue entregado por parte de Levi a la Reina Isabel la Católica a cambio de protección, y ésta aceptó. Pero actuando de espaldas a ella, el rabino fue quemado tras un auto de fe. Al enterarse de este acontecimiento, los

herederos de este personaje deciden pedir al Ministerio una fuerte indemnización a cambio de guardar el secreto de la existencia de la institución. Por ello la patrulla deberá viajar a 1491, para evitar la quema de Levi. Pero existe un problema, ya que la puerta está en bucle<sup>148</sup>, por lo que sólo tienen 24 horas para cumplir la misión.

- Personajes episódicos relevantes: Tomás de Torquemada, Abraham Levi, Isabel la Católica, el Cardenal Cisneros, Ben Temple –abogado de la familia Levy–, Inquisidor, Beltrán de Montilla –agente del Ministerio– y Maite –mujer de Julián–.
- Período y lugar histórico: 1460 –Aranda de Duero–, 1491 –Toledo–, 1880 –Barcelona– y 2015 –Madrid–.

##### 5. Capítulo 5 ‘Cualquier tiempo pasado’.

- Sinopsis: La Historia cuenta que el ‘Guernica’ de Picasso retornó a España en 1981, pero un aviso de que las negociaciones no van por buen camino llega al Ministerio. Amelia, Julián y Alonso, deberán viajar a dicho año para encontrar el contrato de venta que firmaron el Gobierno Republicano y el propio pintor del cuadro. Por su lado, Julián aprovecha el viaje para volver a su barrio y reencontrarse con su pasado, pero lo que verá no será de su agrado. En ese momento descubrirá los problemas que pueden causarse al indagar en el pasado.
- Personajes episódicos relevantes: Pablo Picasso, Fernando Jiménez del Oso, Paul Walcott –viajero del tiempo de una empresa estadounidense–, Miguel –padre de Julián–, Ángela –madre de Julián– y Maite –mujer de Julián–.
- Período y lugar histórico: 1053 –Huesca–, 1899 –Barcelona–, 1939 –Barcelona–, años 50 –Vitoria–, 1981 –Madrid– y 2015 –Madrid–.

---

<sup>148</sup> Este capítulo toma como referente la película ‘El día de la marmota’ (Columbia Pictures, 1993), en la que su personaje principal, tras una extraña tormenta eléctrica, está sumido en un bucle temporal que no le permite avanzar al día siguiente, sino que se ve obligado a vivir el mismo día todos los días.

## 6. Capítulo 6 '*Tiempo de pícaros*'.

- Sinopsis: Durante unas excavaciones en la Salamanca de 2015, los arqueólogos encuentran, junto con gran cantidad de cuadros y otros objetos, el teléfono móvil de un empresario fugado de la justicia en 2013. La patrulla viajará a 1520, en plena Revolución de los Comuneros, para detener a este estafador que ahora se hace pasar por corregidor del Rey. Lo que no esperan encontrarse Amelia, Julián y Alonso, es a un joven llamado Lázaro de Tormes, quien resulta ser la persona en la que se basa el famoso libro. Éste es apresado, por lo que la misión de la patrulla se complicará, ya que tendrán que completar el encargo oficial y además salvar a Lázaro para que el libro se escriba y la Historia no se vea alterada.
- Personajes episódicos relevantes: Lázaro de Tormes, Alberto Díaz Bueno –el corregidor–, Paul Walcott, Armando Leiva –antiguo agente del Ministerio que se reveló– y Fray Juan –fraile que acabará escribiendo ‘El Lazarillo de Tormes’–.
- Período y lugar histórico: 1053 –Huesca–, 1520 –Salamanca–, 1962 –Madrid– y 2015 –Salamanca y Madrid–.

## 7. Capítulo 7 '*Tiempo de venganza*'.

- Sinopsis: Con tan solo 14 años, en 1843, La Reina Isabel II asumió la regencia de España, y tras conocer la existencia del Ministerio, exige conocerlo. Pero lo que iba a ser una simple visita rutinaria se convierte en un auténtico peligro. Leiva, un ex agente del Ministerio revelado, escapa de la cárcel en la que estaba confinado en el Castillo de Loarre – Huesca– durante la Edad Media. Por ello, la patrulla deberá viajar al Ministerio de 1843 para solucionar la situación. Irene, que fue reclutada por el propio Leiva, estará en el punto de mira de sus compañeros del Ministerio tras la huida de éste. Julián hará un viaje al pasado para pasar un día con su esposa.
- Personajes episódicos relevantes: Armando Leiva, Isabel II, María Cristina de Borbón, Luisa Fernanda de Borbón, Maite –esposa de Julián– y Nuria Celaya –novia de Irene–.

- Período y lugar histórico: 1053 –Huesca–, 1841 –Madrid–, 1844 –Madrid–, 1960 –Madrid–, 2003 –Madrid–, 2005 –Madrid– y 2012 –Madrid–.

#### 8. Capítulo 8 ‘*La leyenda del tiempo*’.

- Sinopsis: Una *tablet* aparece en un cartel de la obra de teatro ‘*Don Juan Tenorio*’ representada en 1924 en la Residencia de Estudiantes, lugar a donde se dirigirá la patrulla para descubrir qué ha ocurrido. Una vez allí conocerán a Buñuel, Dalí y Lorca, entre otros personajes. Éstos causarán un gran impacto emocional en los protagonistas, pero sobre todo Lorca sobre Julián. La misión resulta ser una trampa tramada por alguien que conoce bien el Ministerio, y entregará fotos de su pasado –o futuro– a cada miembro de la patrulla. Esto hará que se replanteen si merece la pena seguir en el Ministerio o no.
- Personajes episódicos relevantes: Luis Buñuel, Salvador Dalí, Federico García Lorca, Pepín Bello, Antonio Lancha –director de la obra–, Rosita y Silvia –ambas estudiantes de la Residencia–, Ortigosa –agente del Ministerio–, Blanca –mujer de Alonso– y Maite –mujer de Julián–.
- Período y lugar histórico: 1570 –Sevilla–, 1924 –Madrid–, 1940 –Barcelona–, 2012 y 2015 –Madrid–.

#### 9. Capítulo 9 ‘*Tiempo de leyenda*’.

- Sinopsis: El Ministerio del Tiempo sigue reponiéndose del impacto sufrido tras la traición de Irene y el encierro de Lola Mendieta. Así mismo, Julián vuelve de un retiro y posterior tratamiento psicológico tras fracasar en su misión personal de salvar a su mujer. Pero la vida sigue, y el Ministerio recibe una llamada que informa del descubrimiento de unos supuestos restos del Cid Campeador. Al estar los originales en la Catedral de Burgos, Salvador decide enviar a la patrulla para indagar en el asunto. Pero en esta ocasión, Julián será sustituido por Espínola, lo que hará que surja un nuevo conflicto.
- Personajes episódicos relevantes: Ambrosio Espínola, Rogelio Buendía, Jimena Díaz –mujer del Cid Campeador–, Rodrigo Díaz de Vivar, Ramón Menéndez Pidal, Carlton Geston, Blas de Lezo, Babioca –caballo

del Cid–, Susana Torres –enlace del Ministerio del Tiempo con Presidencia del Gobierno–, Ortigosa, agente canario y el Subsecretario de 1960.

- Período y lugar histórico: 1053 –Vivar del Cid–, 1079 –Valencia–, 1099 –Valencia–, 1960 y 2016 –Madrid–.

#### 10. Capítulo 10 ‘*El tiempo en sus manos*’.

- Sinopsis: Julián ha decidido irse a aclarar sus ideas, y nadie sabe a dónde ha podido viajar, ni a qué tiempo. Salvador lanza una orden de busca y captura para volver a traerlo y detenerlo. Por esta razón, tanto Amelia como Alonso están bastante afectados, pero pronto se les unirá un nuevo compañero de viaje. Pacino, un policía de 1981 atraviesa una puerta del tiempo persiguiendo a un asesino. Al llegar a 2016 descubre, indagando en los archivos policiales, que él mismo fue considerado el culpable del asesinato y lleva desaparecido desde ese preciso instante. Por ello decide encontrar al verdadero asesino y demostrar así su inocencia.

- Personajes episódicos relevantes: Pacino, Susana Torres y Francisco Morán –el verdadero asesino–.

- Período y lugar histórico: 1886, 1946, 1981 y 2016 –Madrid–.

#### 11. Capítulo 11 ‘*Tiempo de hidalgos*’.

- Sinopsis: La primera copia de ‘*El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha*’ no ha llegado a la imprenta en la fecha en que debería. El Ministerio enviará a Amelia y Alonso para resolver la situación, junto con Pacino por primera vez. La relación entre éste y sus dos nuevos compañeros no será fácil. Para resolver el caso, la nueva patrulla tendrá que lidiar con un Miguel de Cervantes que está más preocupado por triunfar en el teatro que por otra cosa.

- Personajes episódicos relevantes: Miguel de Cervantes, Lola Mendieta, Susana Torres, Paul Walcott y Lope de Vega.

- Período y lugar histórico: 1052 –Huesca–, 1604, 2016 –Alcalá de Henares–, y 2016 –Madrid–.



12. Capítulo 12 '*El monasterio del tiempo*'.

- Sinopsis: Durante la Navidad de 1808, el Emperador Napoleón tuvo que pasar una noche en el convento de Santa Clara de Tordesillas. En aquel mismo lugar estaban apresados el cura de Tordesillas y dos hombres más, acusados de espiar los movimientos del ejército francés. La Historia cuenta que fue la abadesa del convento la que intermedió con el mismo Emperador para salvar la vida a esos tres hombres, uno de los cuales es un antepasado directo de Adolfo Suárez. El problema surge cuando el Ministerio recibe una información que indica que la abadesa ha fallecido antes de lo que debía, por lo que no podrá mediar por la vida de estos hombres. Por ello, la patrulla y Angustias son enviados para solucionar el problema y salvar la vida de los tres prisioneros. De esta forma no correrá peligro la posterior existencia de Adolfo Suárez.
- Personajes episódicos relevantes: Napoleón Bonaparte, Michel Ney.
- Período y lugar histórico: 1808 –Tordesillas–, 1898 –Cuba– y 2016 –Madrid–.

13. Capítulo 13 '*Un virus de otro tiempo*'.

- Sinopsis: En el transcurso de una misión Irene contrae la gripe española, por lo que no se le permite volver al Ministerio. Pero Susana Torres, la nueva subsecretaria del Ministerio, ordena que la traigan de vuelta. Al llevarse a cabo esta orden, todo el edificio donde se encuentra la institución quedará a merced de un virus de otro tiempo, siendo contagiados gran cantidad de trabajadores. El Ministerio se verá obligado a sellar sus puertas para no extender el virus a través de los tiempos.
- Personajes episódicos relevantes: Doctor Vargas –agente del Ministerio–, Carmen Amaya, Micaela Amaya –madre de Carmen– y Gregorio Marañón.
- Período y lugar histórico: 1539, 1565, 1617 –Sevilla–, 1918 –Barcelona–, 2002 y 2016 –Madrid–.

14. Capítulo 14 '*Tiempo de magia*'.

- Sinopsis: Joaquín Argamasilla es un agente del Ministerio en los años 20 que dice que sus ojos poseen rayos X, por lo que puede ver a través de los objetos. Cuenta con seguidores como Ramón y Cajal o Valle Inclán, debido a lo increíble de sus habilidades. Su fama es tan grande que el mismo Harry Houdini le invita a que muestre sus poderes en Nueva York, y así atestiguar que son reales. El problema reside en que el Ministerio del Tiempo teme que este agente pueda desvelar el secreto de su existencia a los estadounidenses. De esta manera irá acompañado por la patrulla con la misión de que, si las sospechas son ciertas, esto no suceda.
- Personajes episódicos relevantes: Joaquín Argamasilla, Harry Houdini, John Bennett –viajero del tiempo estadounidense–, Lola Mendieta y *Darrow Ltd.* –empresa estadounidense que también viaja por el tiempo y quiere hacerse con el control del mismo–.
- Período y lugar histórico: 1878 –Hungría–, 1881 –Barcelona–, 1924 –Nueva York–, 1924 y 2016 –Madrid–.

15. Capítulo 15 '*Tiempo de valientes I*'.

- Sinopsis: Salvador ha vuelto a tomar el mando del Ministerio, pero nada más llegar, éste es sometido a una auditoría. De esta manera, todos los agentes deberán realizar tareas administrativas. Por su lado, Julián continúa en Cuba ejerciendo como médico del ejército, pero uno de los soldados, en su lecho de muerte, le entrega una carta para su mujer. Julián promete entregársela y, sin saberlo, acabará en Baler, formando parte de los últimos de Filipinas.
- Personajes episódicos relevantes: Enrique de las Morenas, Saturnino Martín Cerezo, Rogelio Vigil de Quiñones, Vicente González Toca, Antonio Menache Sánchez, José Lafarga Abad, Jorge Camuñas Heredia y Elena Castillo.
- Período y lugar histórico: 1588 –Lisboa–, 1881 –Barcelona–, 1898 –Cuba y Baler, Filipinas–, 2015 y 2016 –Madrid–.

16. Capítulo 16 '*Tiempo de valientes II*'.

- Sinopsis: Julián sigue atrapado en el sitio de Baler, pero la casualidad hace que sea localizado por agentes del Ministerio. Por ello, Salvador envía a Alonso para liberarle, en una misión que no ha sido informada ni siquiera a Amelia y Pacino. Éstos empezarán a sospechar que algo raro está ocurriendo.
- Personajes episódicos relevantes: Enrique de las Morenas, Saturnino Martín Cerezo, Rogelio Vigil de Quiñones, Vicente González Toca, Antonio Menache Sánchez, José Lafarga Abad, Jorge Camuñas Heredia, Elena Castillo, madre de Pacino y padre de Pacino.
- Período y lugar histórico: 1899 –Baler, Filipinas–, 1925 –Córdoba–, 1940 –Barcelona, 1981 y 2016 –Madrid–.

17. Capítulo 17 '*Óleo sobre tiempo*'.

- Sinopsis: Velázquez recibe un mensaje en su teléfono que le indica que uno de sus cuadros ha sido vendido por una importante cantidad de dinero. Todo sería normal si no fuese porque ese cuadro se quemó en el incendio del Alcázar de Madrid de 1734. Debido a la escasez de patrullas por un convenio laboral, serán Irene y el mismo Velázquez quienes viajen al pasado para averiguar qué está sucediendo. Allí se toparán con un robo a gran escala perpetrado por Lola Mendieta y la empresa *Darrow*.
- Personajes episódicos relevantes: Felipe V, Isabel de Farnesio, Enrich Folch, Carme, Ferguson, Elena Castillo, John Bennett, Paul Walcott y Enriqueta Martí.
- Período y lugar histórico: 1734, 2016 –Madrid– y 1881 –Barcelona–.

18. Capítulo 18 '*Separadas por el tiempo*'.

- Sinopsis: Irene visita una exposición sobre el papel de la mujer en la lucha por los derechos sociales en España, cuando de repente ve cómo una chica se desmaya al verse en una de las fotos que conforman la exposición. Tras esto, Irene decide investigar lo sucedido y, mientras lo hace, una alarma suena en el Ministerio. La Vampira del Raval no ha

sido detenida en el momento que correspondía y está en libertad. Pero no sólo eso, sino que también viaja por el tiempo.

- Personajes episódicos relevantes: Enriqueta Martí, Teresa Méndez y Julia Lozano.
- Período y lugar histórico: 1881, 1912, 1932, 1941 –Barcelona–, años 50, 1986 y 2016 –Madrid–.

#### 19. Capítulo 19 '*Tiempo de lo oculto*'.

- Sinopsis: Lombardi, presentador de un programa de televisión sobre fenómenos extraños, descubrió por casualidad el Ministerio del Tiempo. Por esta razón, el propio Ministerio accionó todos sus mecanismos para acabar con el programa, llamado '*Tiempo de lo Oculto*'. Pero, con la emergencia de los nuevos medios, Lombardi sigue exponiendo sus teorías a través de Internet generando gran alarma social. Para tranquilizarlo a él y a sus espectadores, es invitado a visitar el Ministerio, transformándolo en un lugar normal y aburrido. Pero Lombardi logra escaparse y viaja a La Rábida en 1485, donde acaba de llegar Colón para proponer a los Reyes Católicos su proyecto de una nueva vía hacia Las Indias. El Ministerio enviará una patrulla para que no cause ningún percance en la Historia, algo que por su puesto hará.
- Personajes episódicos relevantes: Sebastián Lombardi, Sonia Lombardi –hija de Sebastián– y Cristóbal Colón.
- Período y lugar histórico: 472 –Astorga–, 1484 –Palos de la Frontera–, 1992 –Sevilla– y 2016 –Madrid–.

#### 20. Capítulo 20 '*Hasta que el tiempo nos separe*'.

- Sinopsis: Se celebra la boda de Ortigosa y Natalia, dos funcionarios del Ministerio. El enlace matrimonial tiene en un castillo medieval que en la actualidad hace las veces de salón de bodas. Pero ese castillo cuenta con una leyenda, en la que la joven Constanza no pudo casarse con su verdadero amor por culpa de Fabrique, señor del castillo en el año 1212. Pero la leyenda pasa a ser cierta cuando Fabrique descubre por

casualidad una puerta del tiempo y viaja hasta la boda de Ortigosa y Natalia.

- Personajes episódicos relevantes: Fabrique, Constanza, Sancho –amado de Constanza–.
- Período y lugar histórico: 1212 –Madrid– y 2016 –Madrid–.

#### 21. Capítulo 21 ‘Cambio de tiempo’.

- Sinopsis: La Armada Invencible es derrotada en 1588 y, tras esto, el Rey Felipe II decide romper las reglas y utilizar el Ministerio del Tiempo en su propio beneficio. Pretende cambiar la historia a su favor. Esto hará que Amelia, Julián y Alonso, tras volver de otra misión, se planteen qué mundo prefieren: aquel en el que sus deseos parecen haberse materializado, o su vida real.
- Personajes episódicos relevantes: Felipe II
- Período y lugar histórico: 1555 –lugar sin especificar–, 1588 –El Escorial– y 2016 –Madrid–.

Cabe señalar que cada uno de los capítulos de esta ficción televisiva tiene un estilo y una narrativa audiovisual completamente diferente. En parte, esto se debe a que “como cada capítulo transcurre en una época diferente, existía la posibilidad de utilizar un lenguaje diferente” (Liébana, 2015, p. 173). Cada episodio, además, tiene referencias visuales de determinadas obras cinematográficas y televisivas, consiguiendo que ningún capítulo se parezca al anterior. Se pueden apreciar referencias a películas como *Regreso al futuro* (Amblin Entertainment, 1985), *El cabo del miedo* (Amblin Entertainment y Tribeca Studios, 1991), *Atrápame si puedes* (Amblin Entertainment, 2002), *Master & Commander: the far side of the world* (20th Century Fox, Universal Studios, Miramax y Samuel Goldwyn Films, 2003) o la serie *24* (Fox, 2001-2010), entre otras muchas.

Los capítulos de EMDT cuentan con tramas auto conclusivas, que tienen un inicio y un final en todos sus capítulos excepto en ‘*Tiempo de valientes I*’, ya que la historia que se relata en éste no finaliza hasta el siguiente episodio, ‘*Tiempo*

*de valientes II*. Por su parte, el arco narrativo de la serie sucede a lo largo de la misma, siendo enriquecido en cada capítulo por situaciones que crean una historia mucho mayor. También existe una evolución de los personajes y de a trama general.

#### **14. ANÁLISIS DE ‘EL MINISTERIO DEL TIEMPO’ COMO PROYECTO TRANSMEDIA**

El análisis de contenido de la serie de ficción EMDT se ha realizado primeramente, tal y como se explica en el capítulo de metodología, a través de su página web oficial<sup>149</sup>. Ésta se encuentra localizada dentro de la web de TVE<sup>150</sup> –Televisión Española–, cadena de televisión donde se han emitido los capítulos de la serie durante sus dos primeras temporadas.

Tras desgranar la web oficial de la serie y una posterior búsqueda en *Google* para asegurar que no quedasen contenidos sin analizar –que no apareciesen en la web oficial de la serie–, los contenidos hallados y posteriormente analizados se muestran en la siguiente tabla<sup>151</sup>:

---

<sup>149</sup> <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/>

<sup>150</sup> <http://www.rtve.es>

<sup>151</sup> Los contenidos individuales que conforman cada uno de los contenidos generales mostrados en la tabla 20, pueden ser consultados en el ANEXO 1 –página 389–.

<b>LISTA DE CONTENIDOS DE EMDT</b>	
<b>1001</b>	CAPÍTULOS
<b>1002</b>	LOS SECRETOS DEL MINISTERIO / LOS MEJORES MOMENTOS DEL CAPÍTULO
<b>1003</b>	LA HISTORIA DE LOS CAPÍTULOS / CURIOSIDADES DEL CAPÍTULO
<b>1004</b>	MEJORES IMÁGENES DE LOS CAPÍTULOS
<b>1005</b>	LOS ARCHIVOS DEL MINISTERIO
<b>1006</b>	LA PUERTA DEL TIEMPO
<b>1007</b>	GALERÍA FOTOGRÁFICA: ASÍ SE HIZO
<b>1008</b>	GUION DEL CAPÍTULO
<b>1009</b>	WEBSERIE: TIEMPO DE CONFESIONES
<b>1010</b>	JUEGOS ONLINE
<b>1011</b>	TIENDA ONLINE
<b>1012</b>	INFORMACIÓN GENERAL DE LA SERIE
<b>1013</b>	TIEMPO DE VALIENTES –PODCAST–
<b>1014</b>	INTRANET
<b>1015</b>	ORGANIGRAMA DEL MINISTERIO
<b>1016</b>	REALIDAD VIRTUAL
<b>1017</b>	SERIE
<b>1018</b>	FACEBOOK
<b>1019</b>	TWITTER
<b>1020</b>	INSTAGRAM
<b>1021</b>	FORO OFICIAL
<b>1022</b>	TELEGRAM
<b>1023</b>	VÍDEOS
<b>1024</b>	TUMBLR
<b>1025</b>	NOVELA: EL TIEMPO ES EL QUE ES
<b>1026</b>	LIBRO: CURIOSIDADES DE LA HISTORIA CON EL MINISTERIO DEL TIEMPO
<b>1027</b>	BLUE RAY / DVD
<b>1028</b>	WhatsApp

Tabla 20 de elaboración propia. Lista de contenidos de EMDT.

Los contenidos expuestos en la tabla 20 muestran todo el material encontrado que versa, de una forma o de otra, acerca de EMDT. Todos los contenidos han sido hallados en la página web oficial de la ficción, ya sea mediante enlaces directos existentes en la misma, o a referencias que se hacen



sobre ellos en diferentes contenidos –como es el caso del 1025, 1026, 1027 y 1028–.

El análisis que se va realizar a continuación, se centrará en los contenidos existentes de la serie de ficción. Es decir, la página web y la televisión en sí mismas no se consideran contenido, sino contenedores de partes de la historia de EMDT. Estos medios se tendrán en cuenta como parte del universo transmedia, pero no como contenido relevante de la historia o de cualquier mundo narrativo transmediático, ya sea el de la NT, MT, o cualquier otro tipo de comunicación que pueda ser hallado. La historia de la ficción será lo primordial en este estudio, pues lo que se intenta descubrir, entre otras cosas, es cómo se expanden estos relatos generando una NT eficaz y real.

#### **14.1. Análisis de la página web de ‘El Ministerio del tiempo’**

Al entrar en la página web oficial de la serie, incluida dentro del sitio web de RTVE –Radiotelevisión Española– se observa que ésta funciona como contenedor de las diferentes textualidades con las que cuenta la serie. Es decir, organiza los textos oficiales –canon– y algunos no oficiales –fandom– que hacen referencia al universo narrativo de EMDT.

Este sitio web permite navegar a través de los contenidos de dos formas: yendo hacia abajo con el cursor del ratón del ordenador para ir descubriendo contenidos –imagen 13–, o desplegando un menú que aparece si se clica en la parte superior izquierda de la web –imagen 14–.

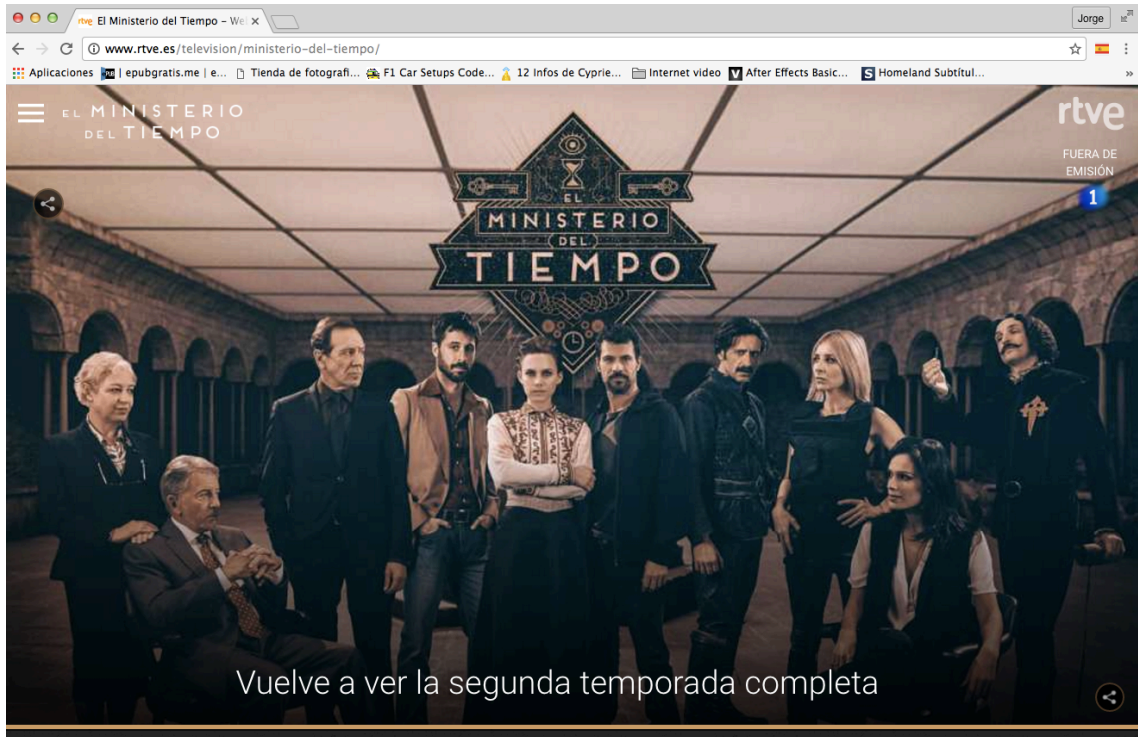


Imagen 12. Portada de la web de EMDT. Obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/>. Recuperado el 31/08/16.

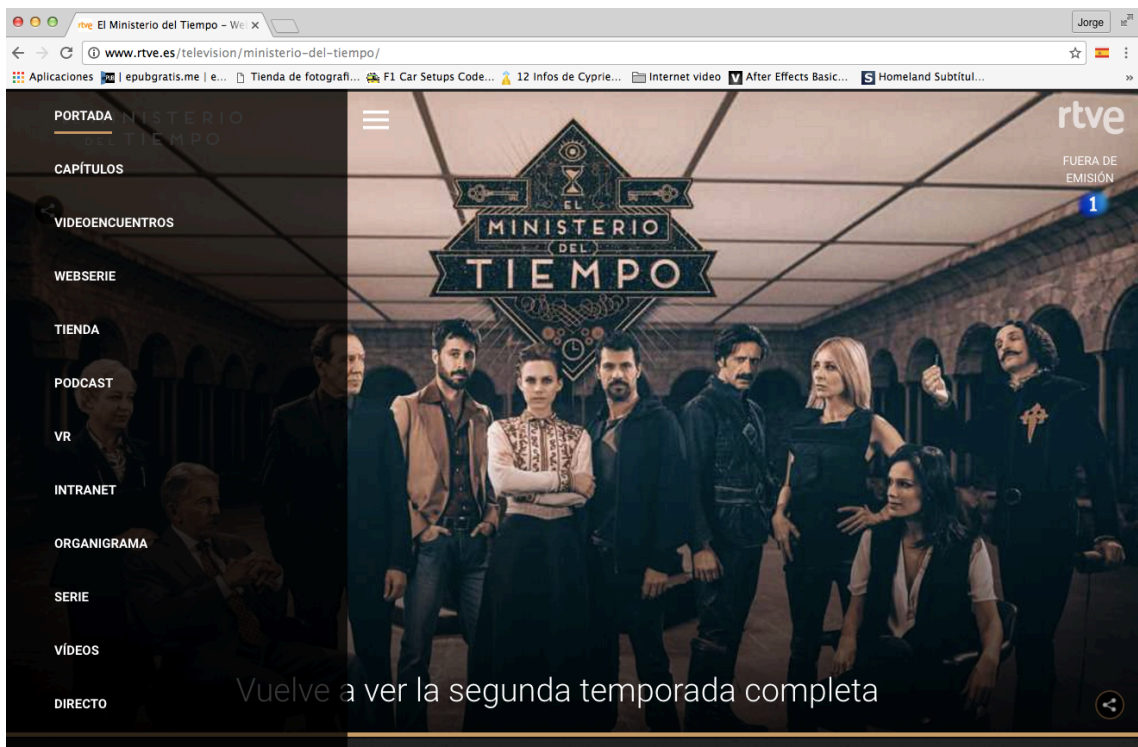


Imagen 13. Portada con menú de la web de EMDT. Obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/>. Recuperado el 31/08/16.

El análisis de este sitio web se ha iniciado siguiendo el primero de los procedimientos: navegando hacia abajo sin el uso del menú desplegable. La portada va cambiando con el tiempo, ya que en ella se insertan las novedades y los últimos contenidos agregados a la página web<sup>152</sup>.

De esta forma, en la portada, lo primero que se encuentra es un enlace a través del que se accede a los capítulos de la segunda temporada de la serie de televisión –mediante la modalidad de ‘a la carta’–. También, aunque no se menciona en ese enlace, permite acceder a los capítulos de la primera temporada.

Siguiendo el orden propuesto por los creadores de la página web, el siguiente contenido que emerge es un enlace al último capítulo emitido de la serie en televisión –capítulo 21–, bajo el título de ‘así acabó la temporada’. Clicando sobre él se accede al episodio completo bajo la modalidad de ‘a la carta’.

Tras esto, el contenido que se muestra a continuación no es de carácter oficial, por lo que no será analizado en profundidad como los otros en este estudio. Se trata de un episodio creado por los ‘ministéricos’ y que tuvo lugar el lunes siguiente a la emisión del último capítulo. Estos fans comentaban situaciones que acontecían –de forma inventada por ellos mismos– a los personajes de la ficción, consiguiendo que fuese *trendig topic* en la red social Twitter. El título que recibió este capítulo ficticio fue el de ‘Capítulo 22, Tiempo de Chupitos’, logrando una gran aceptación, incluso por parte de los propios creadores de la serie.

Continuando la navegación por el sitio web oficial de la ficción, lo siguiente que se observa es un apartado con varios clips de vídeo que dan acceso a los mejores momentos de la serie. Clicando sobre ellos se pueden ver varios vídeos cortos obtenidos directamente de los capítulos de la ficción emitidos por televisión, en la modalidad de *streaming* y ‘a la carta’.

---

<sup>152</sup> El análisis se realizó en 31/08/16, por lo que el contenido puede haber variado con el paso del tiempo.

Si se sigue descendiendo a través del contenido de la web aparece un apartado llamado ‘vídeoencuentros’. Haciendo clic sobre ello aparece información escrita sobre una futura charla<sup>153</sup> del director de la serie –Marc Vigil– con los fans de la misma, mediante preguntas a través de Twitter o asistencia al plató donde tendrá lugar el evento. Éste, a su vez, está enmarcado dentro de un programa televisivo emitido en la propia página web de la ficción que entrevista a los protagonistas –tanto actores como equipo de creadores– de la serie. El nombre de este programa es ‘La Puerta del Tiempo’.

Avanzando por la web, aparece un juego en forma de trivial en el que se ha de responder a una serie de preguntas para poner a prueba los conocimientos adquiridos por los fans gracias a la serie de televisión.

El siguiente enlace da acceso al último capítulo –concretamente, al capítulo cuatro– de una webserie<sup>154</sup> sobre el personaje de ‘Angustias’, concebida para ser consumida a través de la página web oficial.

Tras la webserie, se encuentra un enlace que redirige al usuario hacia las ‘mejores imágenes del capítulo 13’ de la segunda temporada, o capítulo 21 del total. Desde allí mismo, sin necesidad de acceder a otra página diferente, se pueden ver varias imágenes fijas obtenidas de este capítulo de la ficción.

Posteriormente aparece un enlace a unos programas, de alrededor de media hora de duración, denominados ‘los archivos del ministerio’. Se trata de un *making of*<sup>155</sup> de la serie, donde se muestra cómo se lleva a cabo la producción, el rodaje y las postproducción de la misma. En ese apartado se puede navegar por los veintiún programas que corresponden a cada uno de los capítulos emitidos de EMDT, teniendo acceso a los *making of* de todos los capítulos existentes.

---

<sup>153</sup> Esta charla de Marc Vigil con los fans de la serie tuvo lugar el 23 de mayo de 2016. El día en que se ha recuperado esta información de Internet, en la web oficial de EMDT –31/08/16–, este apartado aún no ha sido actualizado.

<sup>154</sup> Una webserie son todas aquellas producciones seriadas “de ficción audiovisual creadas para ser emitidas por internet” (Morales Morente y Hernández, 2012, p. 142).

<sup>155</sup> El *making of* es un vídeo documental que muestra cómo se hizo una serie de televisión o película de cine. También se conoce como ‘detrás de las cámaras’.

Siguiendo la navegación por la web, se llega al siguiente contenido de la misma, la tienda oficial de EMDT. Haciendo clic sobre el enlace se abre un texto informativo acerca de esa tienda oficial, pero no se accede a ella. Más adelante se profundizará en este apartado.

Tras esto, existe un enlace que permite acceder a la Intranet del Ministerio del Tiempo. Clicando sobre el enlace se muestra una pantalla que reproduce la plataforma en la que se muestran datos, imágenes, vídeos y audios a los que no se puede tener acceso de otra manera.

A continuación, se muestra un enlace que redirige al organigrama de el Ministerio del tiempo. Al clicar sobre éste se abre otra página en la que aparece la organización de los miembros del mismo, mostrando únicamente a los personajes principales. De esta forma se aclara la función de cada uno de ellos dentro de la institución.

El siguiente contenido que se puede encontrar en esta parte de la web oficial de EMDT, es un enlace al contenido transmedia de la serie. Al clicar aparece un vídeo y un texto informativo acerca de la estrategia transmedia llevada a cabo tanto por TVE. De esta forma se pretende mantener informados a los fans de la serie que quieran seguir las novedades y conocer qué es la NT.

Finalmente, el último contenido con que cuenta esta parte de la web, es un enlace que da acceso a todos los capítulos de la serie, tanto de la primera como de la segunda temporada. Este enlace es igual que el primero que se ve en el sitio web, sólo que esta vez sí que se informa de que se puede acceder, en la modalidad de ‘a la carta’, a todos los capítulos emitidos en televisión.

Todos estos contenidos mencionados son accesibles a través de la portada de la web oficial de EMDT, pero como se ha dicho, también existe un menú que aparece al clicar en la parte superior izquierda de la misma. En él se observan más contenidos, los cuales son los siguientes: portada, capítulos,

vídeoencuentros, webserie, tienda, podcast, VR, intranet, organigrama, serie, vídeos y directo.

Algunos de estos enlaces ya se han mostrado en el análisis de la portada, pero al acceder a través del menú se descubren nuevos contenidos. El primer enlace, ‘portada’, redirige directamente al mismo lugar donde se está en ese momento.

El enlace de ‘Capítulos’, al igual que el último que se encuentra en la portada, da acceso a todos los capítulos emitidos en televisión de la serie. Es exactamente lo mismo. Por su lado, el enlace de ‘vídeoencuentros’ del menú desplegable redirige a una nueva página en la que aparecen todas las entrevistas realizadas exclusivamente para la web en el ya mencionado programa ‘La Puerta del Tiempo’.

Es interesante comprobar que la página a la que redirige en enlace de ‘vídeoencuentros’ es completamente diferente a la mostrada hasta ahora. Se aprecian colores y distribución diferentes a los de la portada. Cuenta con un menú igual que el que se despliega en la misma –mismos enlaces–, pero en esta ocasión se ubica en la parte superior, justo debajo de la imagen que nos indica que se está en el apartado dedicado a EMDT de la web de RTVE. Desde esa página –haciendo clic sobre cada enlace– se puede acceder a la totalidad de los contenidos almacenados en el sitio de Internet oficial de la serie. En la siguiente imagen se muestra la apariencia de la misma.

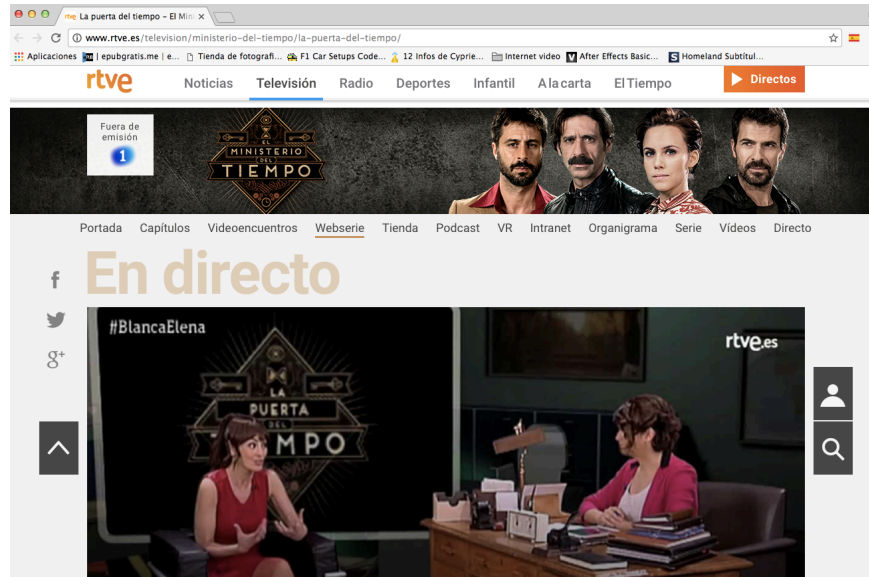


Imagen 14. Obtenida en <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/la-puerta-del-tiempo/>. Recuperada el 01/09/16.

Continuando con el menú desplegable de la portada, el siguiente enlace es denominado 'Webserie', y a través de él se llega a una página que contiene los cuatro Websodios de los que se compone la webserie basada en el personajes de Angustias.

Clicando sobre el botón 'Tienda', se accede a otro espacio de la web en el que aparece otro enlace en forma de imagen, el cual dirige directamente a la tienda oficial de productos relacionados con la serie de televisión. Esta tienda online es totalmente independiente del sitio web de RTVE, no se encuentra alojada en sus servidores.

El siguiente enlace, 'Podcast', no se encuentra en la portada analizada anteriormente. Si se clica sobre él, se entra a una sección en la que aparecen seis capítulos sonoros sobre una de las aventuras vividas por el personaje Julián.

Otro enlace que no aparece navegando a través de la portada sin el menú desplegable es el de 'VR'. Ingresando en él se accede a una página en la que se informa con textos, imágenes y vídeos, acerca del funcionamiento de un capítulo especial de EMDT que hace uso de esta experiencia inmersiva. Para poder ver

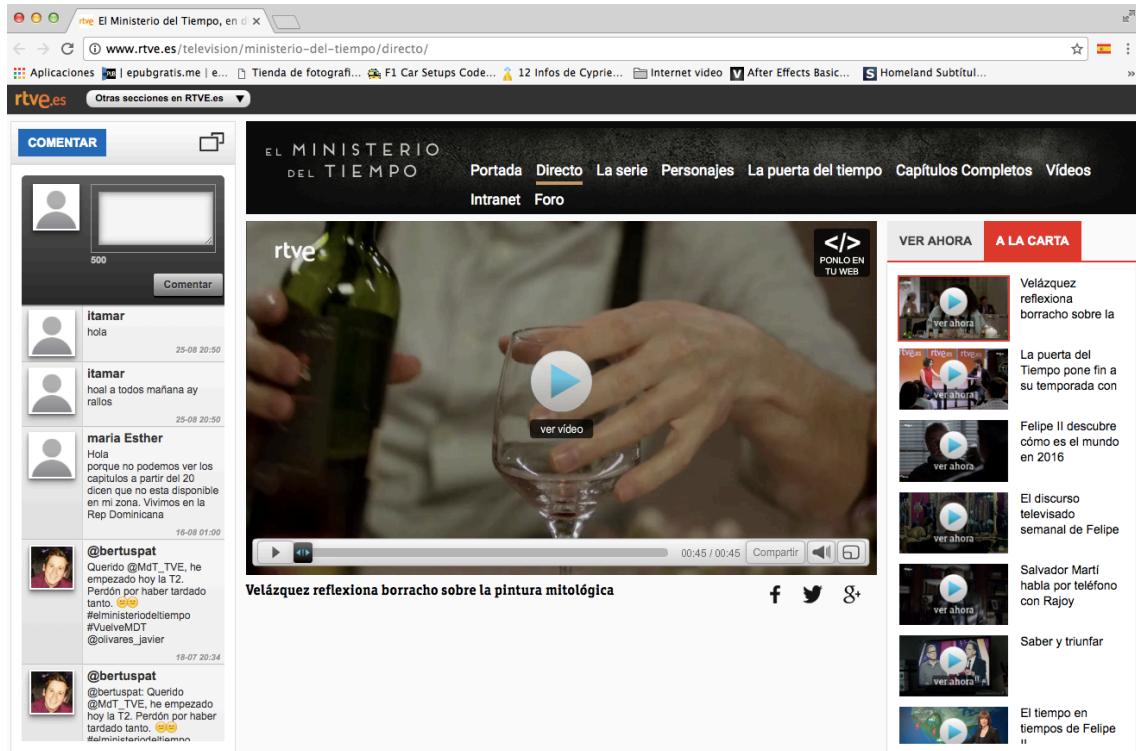
este episodio es necesario descargar una aplicación en un teléfono móvil. Un inconveniente de este contenido es que no funciona en todos los *smartphones* disponibles en el mercado, sino que se ha de contar con uno que tenga bastante potencia. Esto limita el acceso a muchos potenciales usuarios de este mundo narrativo, lo cual debería evitarse.

Tras este enlace se encuentran los de ‘Intranet’ y ‘Organigrama’, los cuales han sido explicados anteriormente. Otro enlace que se encuentra es el que se denomina ‘serie’, el cual lleva a otra página en la que se obtiene información sobre el Ministerio, los personajes, el reparto y el equipo técnico. Se trata de un espacio meramente informativo acerca de la ficción. En él se encuentran enlaces a las páginas oficiales de Facebook, Twitter, Instagram, y del foro oficial.

El enlace posterior se denomina ‘Vídeos’ y, a través del mismo, se accede a una página donde es posible reproducir todos los capítulos emitidos en televisión, clips de los mejores momentos, los capítulos de ‘La Puerta del Tiempo’, el ‘Making Of’, reportajes históricos y la webserie.

Por último, se encuentra el enlace llamado ‘directo’, el cual da acceso a ver en directo –mediante *streaming*– los capítulos de la serie, al mismo tiempo que son emitidos por televisión. Desde ese apartado es posible comentar en tiempo real el programa, así como acceder a otros contenidos ‘a la carta’ o entrar, mediante el menú que se encuentra arriba, a las diferentes secciones, todas ellas ya explicadas.





*Imagen 15.* Espacio web dedicado a retransmitir en directo los capítulos de la serie mediante streaming. Obtenido en <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/directo/>. Recuperado el 01/09/16.

La página web oficial de EMDT funciona como un medio contenedor que alberga gran cantidad de textualidades pertenecientes a la ficción, por lo que no representa un contenido en sí mismo, sino que proporciona un espacio que otorga gran visibilidad a todos los contenidos oficiales existentes sobre la serie y a algunos no oficiales creados por los prosumidores.

Se trata de una potente herramienta que forma parte del universo transmedia de la serie y, por decirlo de otra forma, es el punto de encuentro para todo aquel usuario que quiera conocer con qué contenidos cuenta EMDT. Esta página web, en sí misma, no aporta nada a la historia de la serie. Como se ha dicho, funciona como un medio contenedor de los acontecimientos representados en otros medios que suceden tanto en la historia de la ficción como de todo aquello que la envuelve.

Para continuar con el análisis, se ha procedido a analizar el contenido de este sitio web oficial a partir del menú desplegable que aparece a la izquierda de la pantalla, ya que por lo general, no cambia. De esta manera se ha podido seguir siempre un orden ya establecido por los diseñadores de la web de EMDT.

## 14.2. Análisis de los contenidos del universo transmedia de ‘El Ministerio del tiempo’

<b>Contenido 1001</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
Sí	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
Sí		No	X
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
Sí		No	X
Tipo de contenido			
Vídeo		X	
Imagen fija			
Texto			
Audio			
Otro			

Tabla 21, de elaboración propia. Análisis transmedia de los capítulos de EMDT.

El primer contenido que se encuentra en la página web son los capítulos completos de la serie de televisión<sup>156</sup>. Estos fueron emitidos en directo por este medio, pero a través del sitio web oficial de EMDT pueden ser visionados en la modalidad de ‘a la carta’. También fue posible su reproducción a través de Internet en *streaming* mientras se emitían en directo en el canal de televisión.

Los veintiún capítulos con los que cuenta la ficción hasta la fecha conforman el contenido estrella de EMDT, y su medio principal de difusión es la televisión. Esto es así ya que la idea de este proyecto surgió precisamente como eso, una serie de televisión. Es, además, el medio que más espectadores/usuarios abarca, y desarrolla las historias centrales de la historia de EMDT<sup>157</sup>.

<sup>156</sup> Para acceder a estos contenidos, visitar el siguiente enlace: <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/capitulos-completos/>

<sup>157</sup> El análisis pormenorizado de todos los capítulos ha sido realizado anteriormente –páginas XXX a XXX–, ya que se hace necesario para comprender la capacidad de expansión con la que cuenta esta ficción.



Imagen 16, obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/>. Obtenido el 31/08/16.

Este contenido es exactamente el mismo en los diferentes medios o modalidades de reproducción. Por lo tanto supone una transposición del mundo narrativo de EMDT, debido a que se trata de la representación de un contenido en un medio o soporte diferente al original. Por ello, no puede ser considerado como un contenido expansivo de la narrativa ni del universo transmedia. No obstante, al tratarse de los capítulos de la ficción, pero accesibles a través de otros medios o soportes<sup>158</sup>, sí que deben ser encuadrados en este mundo narrativo transmedia, pues permiten que los espectadores puedan consumirlos cuándo y donde quieran, sin ser obligados a estar frente a una pantalla de televisión.

Cabe destacar que al clicar sobre cada uno de los episodios, la página web a la que se redirige, no contiene únicamente el capítulo original emitido en televisión. Aparecen también una serie de contenidos afines a los mismos que amplían la información de cada uno. Si se realizase un estudio sobre la NT de cada uno de los capítulos de manera individual, como si fuese el único relato existente de una historia, esos contenidos que se encuentran en este apartado del sitio web conformarían el mundo narrativo transmedia. En el caso de los

<sup>158</sup> RTVE cuenta con aplicaciones móviles que permiten la reproducción de estos capítulos en otros soportes, como pueden ser los *smartphones* o *tablets*.

capítulos de EMDT, cada uno cuenta con los siguiente contenidos relacionados: ‘Los secretos del Ministerio’, ‘La Historia de los capítulos’, ‘Mejores imágenes del capítulo’, ‘Los archivos del Ministerio del Tiempo’, ‘La puerta del tiempo’, ‘Cómo se hicieron los capítulos’, el guion original de cada capítulo, y acceso a las redes sociales oficiales de Facebook, Twitter, Instagram y foro oficial.

Estos contenidos afines a cada capítulo aparecen relacionados con ellos en casi todas las ocasiones pero, en algunos casos, existen materiales únicos de un episodio. Hay, incluso, ciertos contenidos que no existen para algunos capítulos. Esto se puede comprobar, principalmente, en el cambio de la primera a la segunda temporada, la cual cuenta con más material. Para conocer qué contenidos van asociados a cada capítulo, véase el anexo II –página 416–.

<b>Contenido 1002</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
SÍ	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
SÍ	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
SÍ		No	X
Tipo de contenido			
Vídeo		X	
Imagen fija			
Texto			
Audio			
Otro			

Tabla 22, de elaboración propia. Análisis transmedia del contenido ‘Los secretos del Ministerio’.

Esta sección, denominada durante la primera temporada como ‘Los secretos del Ministerio’, y como ‘Los mejores momentos del capítulo’ durante la segunda, son un conjunto de clips de vídeo obtenidos directamente de los capítulos originales de EMDT emitidos por televisión<sup>159</sup>. Son pequeñas píldoras que muestran los momentos más importantes de cada capítulo.

Por lo general, cada uno de los capítulos cuentan con cinco de estos clips en su espacio de la página web, pero en algunas ocasiones esto varía. Como por ejemplo, en el capítulo trece, donde aparece otra sección llamada ‘Más momentazos del capítulo trece’, que complementa a estos cinco clips con otros cinco vídeos compresivos más. En el capítulo diecinueve, en lugar de contar esta sección con cinco vídeos, cuenta con diez, y el capítulo veinte muestra siete. Además, la duración de cada uno de ellos –en todos lo capítulos– no es regular, sino que varía dependiendo de la longitud de la secuencia o del momento que se

<sup>159</sup> Para ver a este contenido, es necesario acceder a cada capítulo de EMDT por separado, y en ese mismo espacio web aparece esta sección. Otra manera de acceder a ello es a través del siguiente link: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/el-ministerio-del-tiempo/>. Si se desciende a través de este enlace, aparece una sección llamada ‘Clips’. En ella se observan los distinto vídeos que forman parte de este tipo de contenido. Incluso descendiendo un poco más en ese mismo apartado de la web, existe la posibilidad de clicar sobre una pestaña llamada ‘Los mejores momentos’. Haciendo esto último, se muestra un lista con todos los clips de vídeo que forman este contenido.

desea mostrar. En los capítulos once y doce se descubre una nueva sección llamada ‘El humor en el Ministerio’, que posee más clips.

Estos pequeños vídeos representan una técnica compresiva, de omisión. Por lo tanto pertenecen a su universo transmidiático de EMDT, pero no a su NT. No obstante, son potentes materiales que ejercen una doble función: 1) para los seguidores y fans de la serie sirven como recordatorio de tramas, momentos o situaciones que acontecen en la serie, y 2) muestran cómo es el mundo narrativo a posibles nuevos espectadores de la ficción.



Imagen 17 Obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/capitulos-completos/temporada-1/capitulo-4/>. Recuperada el 17/10/16.

Estos clips muestran cómo es la ficción, lo que propicia que puedan ser utilizados para mostrar el formato a otros países interesados en el mismo, o en adquirir derechos de emisión de la serie ya finalizada y producida en España. Por todo esto, se considera que estos contenidos pertenecen al mundo narrativo de la PT de EMDT.

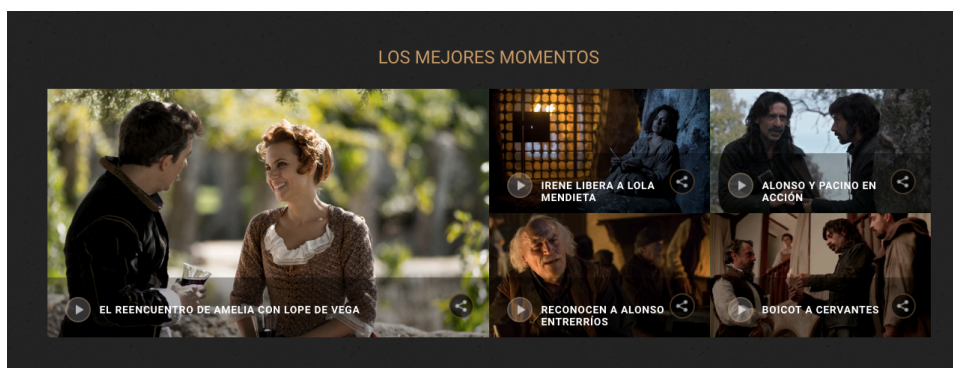


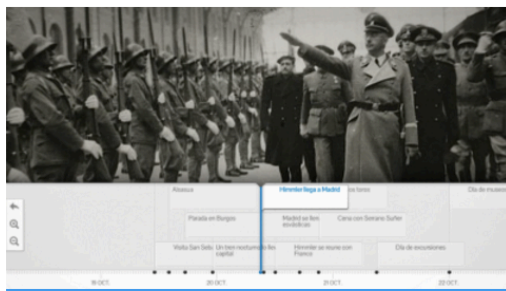
Imagen 18. Obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/capitulos-completos/temporada-2/capitulo-11/>. Recuperada el 17/10/16.

<b>Contenido 1003</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
SÍ	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
SÍ	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
SÍ		No	X
Tipo de contenido			
Vídeo			X
Imagen fija			X
Texto			X
Audio			
Otro			X

Tabla 23, de elaboración propia. Análisis transmedia del contenido ‘La historia de los capítulos’ y ‘Curiosidades del capítulo’.

Este contenido incluye dos nominaciones diferentes. Durante la primera temporada recibe el nombre de ‘La historia de los capítulos’ y, durante la segunda, ‘Curiosidades del capítulo’. No obstante, el tipo de contenido con el que cuentan y la finalidad de ambos es la misma.

### LA HISTORIA DEL CAPÍTULO 3



¿Cuál fue la agenda de Himmler en España?



¿Buscaban los nazis el Santo Grial en España?

Imagen 19. ‘La historia del capítulo 3’. Obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/capitulos-completos/temporada-1/capitulo-3/>. Ejemplo perteneciente a la primera temporada, capítulo tres. En este caso se aprecia la existencia de un gráfico y de un vídeo.

Recuperada el 17/10/16.





*Imagen 20.* 'Curiosidades del capítulo 10'. Obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/capitulos-completos/temporada-2/capitulo-10/>. Ejemplo perteneciente a la segunda temporada, capítulo 10. El enlace que se muestra da información escrita y gráfica, incluyendo un mapa de situación.

Recuperado el 17/10/16.

Se trata de explicaciones históricas de los sucesos y personajes reales a los que hacen referencia los capítulos de la ficción. Mediante vídeos, texto, imágenes, infografías y gráficos interactivos, se amplía la información dada en los capítulos de la serie. En algunos casos se cuenta incluso con especialistas en el tema que aclaran ciertos aspectos de la Historia real, como por ejemplo en el caso de 'El Empecinado' –capítulo uno–.

Este contenido surge de la ficción televisiva, pero no es necesario haber consumido ninguno de los capítulos de la misma para comprenderlo. Es más, pueden existir espectadores que entren en el universo narrativo de EMDT gracias a estos materiales de documentación histórica.

Se está ante un contenido que proporciona una adición de información. De esta manera, se puede considerar que estos contenidos que hacen referencia a la Historia real detrás de EMDT, forman otro mundo narrativo que expande el universo transmedia existente. Se trataría del mundo DHT de EMDT, ya que cumple todos los requisitos para poder ser considerado como tal.

En el caso de este mundo narrativo, no cuenta con un medio estrella, ya que todos los contenidos tienen igual importancia. De todas formas, orbita alrededor del mundo NT de EMDT –el cual se encontraría en el centro del universo transmedial– dotándola de mayor información, ya que amplía el conocimiento que se tiene de los personajes reales, de las tramas e incluso de la línea temporal.

Estos contenidos no se incluyen dentro de la NT de la serie televisiva ya que no son productos de ficción, sino pequeños documentales e informaciones históricas utilizando diferentes textualidades –vídeo, gráficos, interactividad, imágenes–. No obstante, se trata de un complemento ideal para completar el mundo NT de EMDT. Puede conseguir que los espectadores/usuarios de un tipo de comunicación –ya sea la ficción, publicidad o cualquier otro– se interesen por otros géneros, ya que tratan sobre un mismo universo narrativo. Este sistema de DHT, además, pone de relieve la posibilidad de que no todos los mundos narrativos cuenten con un medio estrella.

‘La Historia de los capítulos’ y ‘Curiosidades del capítulo’ muestran un interesante contenido que amplía la visión de los universos transmediáticos. Revelan la posibilidad de que diferentes tipos de comunicación actúen de forma coordinada y ordenada, para así obtener un producto mucho mayor capaz de abarcarlo todo comunicativamente hablando. Esto ofrece la oportunidad de atraer a públicos muy distintos hacia medios, soportes y narrativas de las que no suelen ser consumidores habituales.

<b>Contenido 1004</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
Sí	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
Sí	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
Sí		No	X
Tipo de contenido			
Vídeo			
Imagen fija			X
Texto			
Audio			
Otro			

Tabla 24, de elaboración propia. Análisis transmedia del contenido ‘Mejores imágenes del capítulo’.

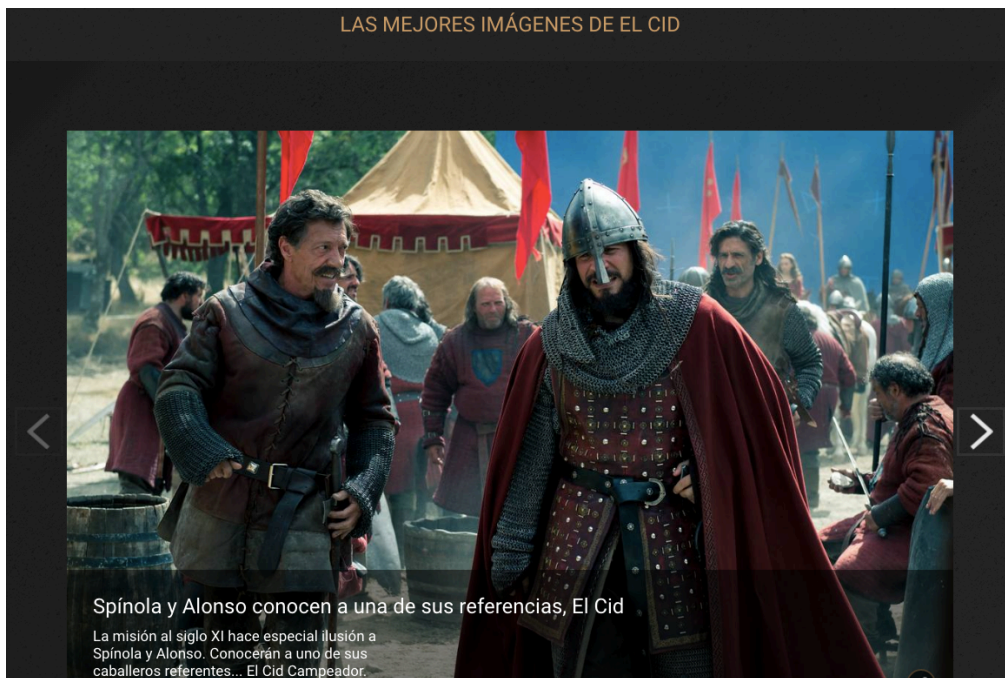
Este contenido, cuyo nombre es ‘Mejores imágenes del capítulo’, muestra imágenes fijas de cada uno de los capítulos de la serie de televisión. Son, tanto fotografías tomadas durante la grabación de la misma, como fotogramas directamente sacados de algunas secuencias.

#### LAS MEJORES IMÁGENES DEL CAPÍTULO 5



Imagen 21. ‘Mejores imágenes del capítulo 5’. Obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/capitulos-completos/temporada-1/capitulo-5/>. Perteneciente al capítulo cinco. Recuperada el 17/10/16.

Cada una de estas fotografías o fotogramas, representan una pequeña porción de lo que es la historia de EMDT, por lo que se trata de una comprensión narrativa, una omisión. Por ello no forma parte de la NT, pero sí que lo hace dentro del mundo de la publicidad transmedia –PT– de este universo. Junto con los clips de vídeo, y algún otro contenido que se analizará posteriormente, son capaces de crear otro sistema narrativo –en este caso que puede funcionar como reclamo publicitario– que gire en torno a la NT. De esta forma, este proyecto se va incrementando poco a poco con la inclusión de diferentes mundos narrativos transmediales, los cuales a su vez se van expandiendo con nuevos contenidos.



*Imagen 22.* 'Las mejores imágenes de El Cid'. Obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/capitulos-completos/temporada-2/capitulo-9/>. Perteneciente al capítulo nueve. Recuperada el 17/10/16.

<b>Contenido 1005</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
Sí		No	X
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
Sí	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
Sí		No	X
Tipo de contenido			
Vídeo			X
Imagen fija			
Texto			
Audio			
Otro			

Tabla 25, de elaboración propia. Análisis transmedia de ‘Los archivos del Ministerio’.

‘Los archivos del Ministerio’ es un programa acerca de la creación de cada uno de los capítulos de EMDT<sup>160</sup>, conocidos también por el nombre de ‘cómo se hizo’ –*making of* en inglés–. Son, por lo tanto, documentales que narran cómo se ha producido, grabado y post producido la serie de televisión. En estos programas aparecen entrevistas a los protagonistas de la ficción, tanto del equipo artístico como del equipo técnico. También se dan las claves de cómo surge la idea del proyecto, facilidades y dificultades de la grabación, y se muestra el trabajo realizado por los diferentes departamentos encargados del correcto funcionamiento de EMDT. Es decir, se hace partícipe al espectador de todo el proceso de creación de la ficción.

<sup>160</sup> Para acceder a este contenido es necesario visitar cada capítulo de manera individual, encontrando esta sección al navegar hacia abajo en cada espacio dedicado a los mismos en la página web. A partir de la segunda temporada, todos los capítulos pueden ser visitados desde cualquiera de los episodios, navegando de nuevo hacia abajo.



*Imagen 23.* Los archivos del Ministerio. Obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/capitulos-completos/temporada-2/capitulo-21/>. Recuperada el 17/10/16.

Estos programas fueron emitidos por televisión, justo después de cada capítulo de EMDT, lo que hace un total de veintiún documentales del tipo ‘cómo se hizo’. Supone una adición de información al universo transmedia de la serie, pero no a su parte narrativa de ficción, por lo que no forma parte del mundo NT.

De todas formas, este contenido supone la creación de un nuevo mundo dentro del universo transmedia de EMDT, ampliando aún más su configuración. En este caso se trata del mundo DPT, es decir, el sistema transmedia que narra cómo se hace la ficción emitida en TVE.

De esta manera se aprecia que el universo transmedia de EMDT cuenta con dos mundos documentales bien diferenciados: el documental histórico transmedia –DHT–, con información histórica real acerca de los acontecimientos que suceden en el capítulo, y el documental de producción transmedia –DPT–, con contenidos que hacen referencia a cómo se hizo la ficción. Esto evidencia que dentro de estos vastos proyectos tienen cabida una enorme variedad de tipos de comunicación distintos. Incluso se pueden diferenciar, dentro de un mismo formato comunicativo –el del documental en este caso–, diferentes mundos transmediales que abarcan diferentes puntos informativos del mismo universo.



*Imagen 24.* Fotograma del capítulo 15 de ‘Los archivos del Ministerio’. Obtenida en <http://www.rtve.es/alacarta/videos/los-archivos-del-ministerio/archivos-del-ministerio-capitulo-15/3543480/>. Recuperada el 18/10/16.

Así, ‘Los archivos del Ministerio’, se erige como medio estrella dentro de su propio sistema transmedia, que involucra otros contenidos que serán analizados más adelante, como la ‘Galería fotográfica. Así se hizo el capítulo’. Pero como ya se ha argumentado, este sistema orbita en torno al mundo NT, el cual hace posible la existencia del resto de partes del proyecto.

<b>Contenido 1006</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
SÍ	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
SÍ	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
SÍ		No	X
Tipo de contenido			
Vídeo			X
Imagen fija			
Texto			
Audio			
Otro			

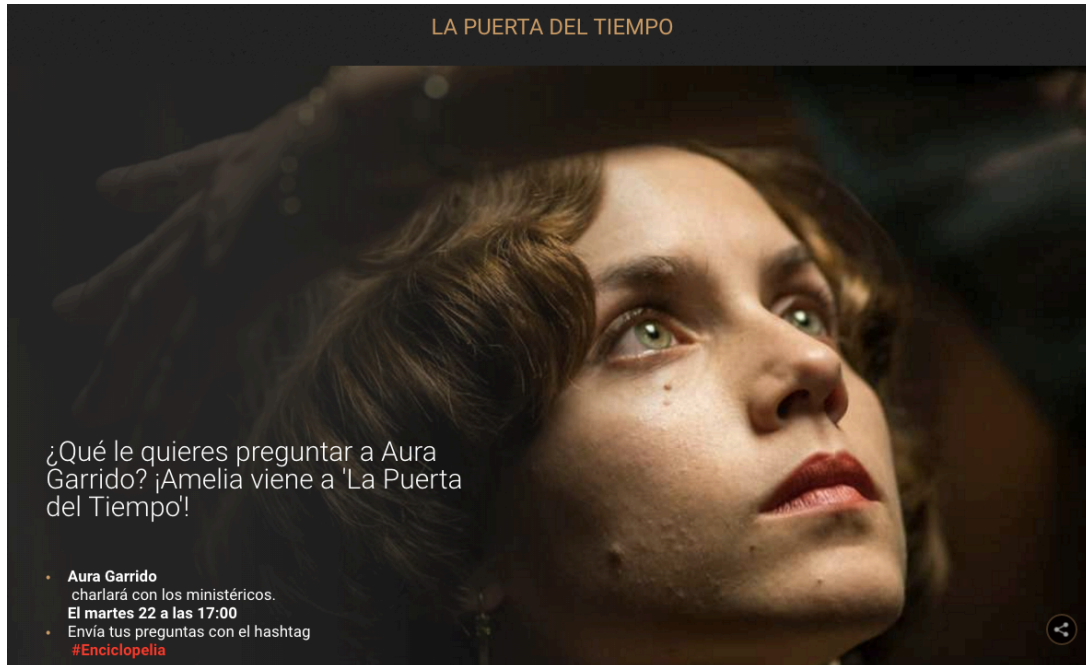
Tabla 26, de elaboración propia. Análisis transmedia del contenido ‘La puerta del tiempo’.

‘La puerta del tiempo’ es un programa de entrevistas que sólo puede ser visionado a través de Internet<sup>161</sup>, en el sitio web oficial de la serie. Consta de diecisiete programas –divididos en dos temporadas, al igual que la ficción–. en los que la presentadora de los mismos –Paloma G. Quirós– realiza preguntas a los protagonistas y creadores de la serie invitados.

Este programa cumple una de las premisas fundamentales de la NT, y es que funciona como contenido atrayente de fans. Una llamada a la acción de los mismos, ya que éstos pueden enviar preguntas en directo –a través de las redes sociales– que serán respondidas por los entrevistados.

<sup>161</sup> Los capítulos de este programa pueden ser visionados a través del siguiente enlace: <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/la-puerta-del-tiempo/>





*Imagen 25.* La puerta del tiempo. Obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/capitulos-completos/temporada-2/capitulo-14/>. Perteneciente al capítulo catorce de 'La puerta del tiempo'. Recuperada el 17/10/16.

Los programas de 'La puerta del tiempo' suponen, desde un punto de vista periodístico, una adición de información sobre la serie y los protagonistas y creadores de la misma, así como un espacio para satisfacer la curiosidad de los fans. Forma parte, sin ninguna duda, del universo transmedia de EMDT, pero no de su NT, ya que no aporta información relevante y diferenciada de otros medios acerca de la historia del mundo narrativo de ficción.



*Imagen 26.* Fotograma de 'La puerta del tiempo' capítulo seis. En ella aparecen sentado Javier Olivares—co-creador de EMDT— y Paloma G. Quirós. Obtenida en <http://www.rtve.es/alcarta/videos/la-puerta-del-tiempo/javier-olivares-visitado-puerta-del-tiempo/3079018/>. Recuperada el 18/10/16.

Por lo tanto, este contenido genera un nuevo sistema transmedia. Este es denominado como periodismo transmedia –PDT– de EMDT, que se ve ampliado con la información escrita y en vídeo que se proporciona acerca de la ficción en la web de RTVE –se verá más adelante–. Por lo tanto, cumpliría las reglas de un tipo de comunicación transmedia para crear su propio sistema independiente, con contenidos únicos. Igualmente orbita alrededor del mundo NT, el cual funciona como elemento catalizador del universo de EMDT.

<b>Contenido 1007</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
SÍ	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
SÍ	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
SÍ		No	X
Tipo de contenido			
Vídeo			
Imagen fija			X
Texto			
Audio			
Otro			

Tabla 27, de elaboración propia. Análisis transmedia del contenido ‘Galería fotográfica’.

Este contenido recibe el nombre de ‘Galería fotográfica. Así se hizo el capítulo’, y se trata de imágenes fijas de la grabación de cada uno de los episodios de esta serie de televisión. Este tipo de contenido es accesible desde el capítulo uno hasta el siete –ambos incluidos–<sup>162</sup>. El resto de capítulos, desde el ocho hasta el veintiuno, no cuenta con esta sección.

Estas imágenes no expanden el mundo narrativo transmedia del EMDT –ya que no amplía la información del mismo–, pero sí que funciona perfectamente dentro del mundo del DPT, junto con ‘Los archivos del Ministerio’ –medio estrella de este sistema–.

<sup>162</sup> Para acceder a este contenido es necesario entrar a cada capítulo individualmente. Una vez ahí, navegando por la página web, hacia abajo, se encuentra esta sección.

### ASÍ SE RODÓ 'TIEMPO DE VENGANZA'



#### El ministerio del Tiempo - Cómo se hizo el capítulo 7

06.04.2015 Disfruta de las imágenes de cómo rodamos el capítulo 7, 'Tiempo de venganza' RTVE

*Imagen 27.* Así se rodó 'Tiempo de venganza'. Obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/capitulos-completos/temporada-1/capitulo-7/>. Perteneciente al capítulo siete. Recuperada el 17/10/16.

Mediante material exclusivamente visual, se puede apreciar el laborioso proceso de producción que implica la realización de esta ficción. Muestra imágenes de la grabación de los siete primeros capítulos expandiendo, como se ha dicho, el sistema del DPT. Por lo tanto, supone una adición de información, tanto al mundo narrativo al que pertenece como al universo transmedia de EMDT.

<b>Contenido 1008</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
Sí	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
Sí	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
Sí		No	X
Tipo de contenido			
Vídeo			
Imagen fija			
Texto		X	
Audio			
Otro			

Tabla 28, de elaboración propia. Análisis transmedia de los guiones de EMDT.

Se trata del guion original de los capítulos de EMDT<sup>163</sup>. Con él los espectadores pueden conocer de primera mano cómo se escribe un guion de ficción televisiva y cómo este documento se convierte en un producto audiovisual. Más allá de esto no aporta nada nuevo, pues todo aquello que se puede encontrar en un guion queda plasmado en la pantalla de televisión. Por ello, se está ante un contenido que se ha de catalogar como transposición.

Por tanto, es un documento válido para todos los miembros del equipo de grabación: tanto en la preproducción, como en la producción y en la post producción de cada uno de los capítulos.

Estos guiones estarían incluidos dentro la biblia transmedia de la serie, pero no formarían parte de ningún sistema narrativo del universo transmedia EMDT. De esta manera pueden ser considerados como un paratexto de dicho universo.

<sup>163</sup> Los guiones de EMDT son descargables en versión PDF –un formato de almacenamiento de documentos digitales– accediendo a la página de cada capítulo de la serie. Aparecen navegando hacia abajo en las mismas.



Imagen 28. Enlace al guion del capítulo 21. Obtenida en <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/capitulos-completos/temporada-2/capitulo-21/> . Perteneciente al capítulo veintiuno. Recuperada el 17/10/16.

No obstante, es un gran aporte por parte de las productoras y de la cadena de televisión, pues es muy interesante poder acceder a este tipo de contenidos profesionales –especialmente para estudiantes del medio– que ayudan a comprender la complejidad y dificultad que entraña llevar a cabo este tipo de producciones.

<b>Contenido 1009</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
SÍ	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
SÍ	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
SÍ	X	No	
En caso afirmativo, ¿qué tipo de contenido nuevo aporta?			
Nuevas localizaciones			
Nueva información de personajes		X	
Nuevos personajes		X	
Ampliación de tramas		X	
Nuevas tramas			
Línea temporal		X	
¿Qué técnica expansiva utiliza?			
Elipsis			
Paraelipsis			
Flashback			
Flashforward			
Hueco narrativo		X	
Tipo de contenido			
Vídeo		X	
Imagen fija			
Texto			
Audio			
Otro			

Tabla 29, de elaboración propia. Análisis transmedia de ‘Tiempo de confesiones.’

Este nuevo contenido es una webserie que se puede ver a través de la web oficial de la ficción<sup>164</sup>. Su título es ‘Tiempo de confesiones’ y consta de cuatro capítulos. Cuenta con una narrativa muy sencilla: un solo plano realizado con una cámara fija a la que habla directamente la protagonista –Angustias–. Su duración varía de un capítulo a otro, siendo el primer episodio el más corto

<sup>164</sup> Esta webserie puede ser visionada a través del siguiente enlace: <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/webserie/>

–con una duración de un minuto veinticuatro segundos– y el último el más largo –con dos minutos diez segundos de duración–.



*Imagen 29.* Obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/>. Perteneciente al capítulo cuatro de la webserie ‘Tiempo de confesiones’. Obtenida el 31/08/16.

En estos capítulos el personaje Angustias abre su mundo interior, aportando nueva información sobre tramas y personajes, principalmente acerca de ella misma:

- a) En el primer Capítulo narra un sueño que ha tenido con Napoleón –con quien coincide en el capítulo doce de EMDT–, mostrándose extasiada por haberle conocido. Angustias demuestra preocupación por el legado que dejarán los miembros del Ministerio, y menciona a personajes como ‘Buendía’ –quien tuvo que hacerse pasar por ‘El Cid’– y a Velázquez.
- b) En el capítulo dos se ve a Angustias deprimida, preguntándose qué hace ahí explicando su vida. Se le ve preocupada por Amelia y su problema con ‘La Vampira’ –capítulo dieciocho de EMDT– y se alegra por la vuelta de Salvador, mostrando su repulsa hacia Susana Torres. En este capítulo se conoce que Salvador le ha ayudado mucho, pero no cuenta aún el por qué.
- c) En el capítulo tres habla sobre ‘Lombardi’ buscando su momento de gloria y de los problemas que ha causado en el Ministerio –capítulo



diecinueve de EMDT-. ‘Angustias’ admite que le gustaban sus programas y los veía con ‘Elena’, una limpiadora del Ministerio –nuevo dato para el mundo narrativo de EMDT-. Cuenta la supuesta aparición de un fantasma en el estadio de fútbol Santiago Bernabéu, del que se hizo eco ‘Lombardi’. La misma Angustias da la explicación de este suceso, pues ‘Germán’, un trabajador del Ministerio, se cuelga en algunos partidos del fútbol. En este capítulo también se brinda información valiosa sobre ‘Salvador’ y ‘Leiva’, quienes hacían misiones juntos antes de que éste último traicionase al Ministerio: realizaron juntos misiones con los carlistas y con Don Pelayo, y eran grandes amigos. Adelanta, además, que va a tener lugar una boda entre miembros del Ministerio.

- d) En el capítulo cuatro, Angustias está viendo las fotos de la boda. Informa de que no puede asistir a la misma porque tenía otro compromiso con unas monjas Carmelitas, explicando que no es común que los funcionarios se casen entre ellos. Cuenta también que ‘Ortigosa’, el novio, fue destinado a la residencia de estudiantes, y cómo se burlaban de él sus compañeros pidiéndole firmas de Buñuel, por ejemplo. Va a contar otro cotilleo, pero aparece ‘Irene’, mostrándose más cercana que durante los capítulos de la serie emitida por televisión.

Como se puede comprobar, la webserie de Angustias proporciona mucha información acerca del Ministerio y sus integrantes, lo que hace que la historia se expanda aportando nuevos conocimientos a la misma. Este material supone una adición de contenido al mundo narrativo de ficción de la serie, por lo que pertenece a la NT de la misma. Suministra nueva información del personaje de Angustias, dando además pinceladas sobre ciertas tramas y personajes que ayudan a ampliar los horizontes narrativos de la ficción. Este contenido es un claro ejemplo de NT, pues se encuentra en un medio diferente al medio estrella y concede más riqueza narrativa a un mundo de ficción, expandiendo la información de personajes, tramas, etcétera. Además, puede ser consumido de forma independiente. No es necesario haber visto la serie emitida en televisión para comprender la trama, la cual es muy sencilla, sirviendo como punto de entrada al universo de EMDT.

<b>Contenido 1010</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
SÍ	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
SÍ	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
SÍ		No	X
Tipo de contenido			
Vídeo			
Imagen fija			X
Texto			X
Audio			
Otro			X

Tabla 30, de elaboración propia. Análisis transmedia del contenido ‘Juegos online’.

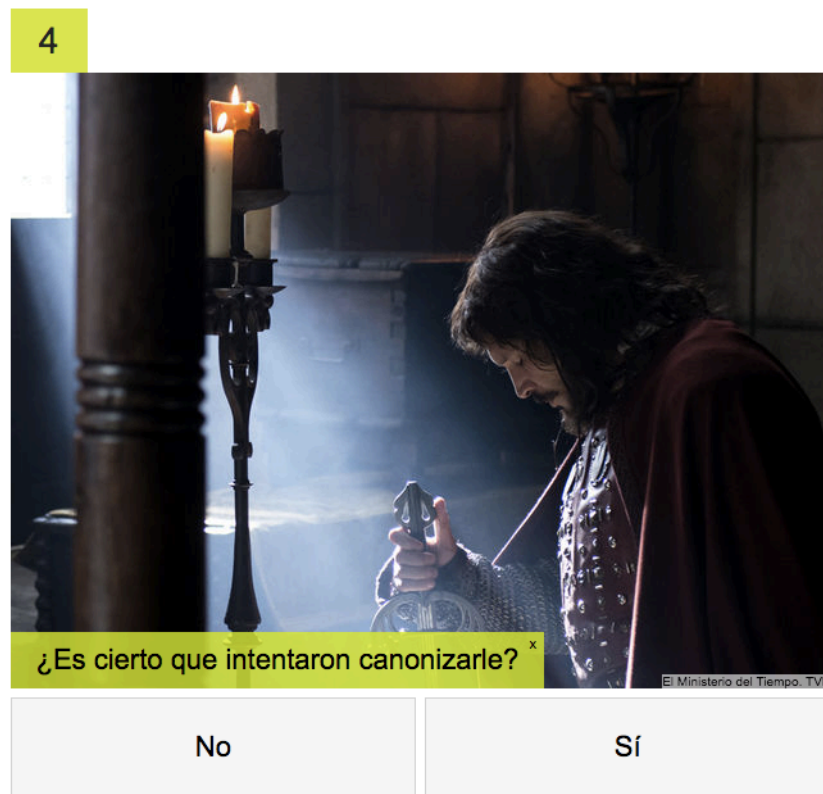
Este contenido son juegos *online* –JO– a los que se puede acceder a través de la página web de EMDT, a través de todos aquellos soportes con capacidad de conectarse a la misma. Son un total de cuatro: 1) un juego de preguntas sobre ‘El Cid Campeador’, 2) un ‘test de personalidad’ para averiguar qué personaje de EMDT se asemeja a la personalidad de los usuarios, 3) un diccionario ‘Alonso-Pacino, Pacino-Alonso’, y 4) otro trivial para descubrir cuánto se ha aprendido sobre la Historia gracias a la serie.

El primero de los cuatro, un juego de preguntas sobre ‘El Cid’ llamado ‘¿Cuánto sabes sobre El Cid?’<sup>165</sup>, cuenta con seis cuestiones acerca de este histórico personaje. Éstas vienen acompañadas por un fotograma sacado directamente del capítulo nueve, en el que ‘El Cid’ es el personaje por el que la patrulla tiene que viajar al pasado. El segundo juego, un test de personalidad denominado ‘¿Qué funcionario de EMDT eres?’<sup>166</sup>, indica con qué personaje de EMDT identificas más tras responder a una serie de preguntas. El tercero es, de

<sup>165</sup> Para acceder a este juego, ingresar en el siguiente enlace: <http://www.rtve.es/television/20160215/trivial-cuanto-sabes-cid-campeador-tizona-babieca-hijas-jimena-leyenda-cantar-mio-cid/1299842.shtml>. Obtenido el 17/10/16.

<sup>166</sup> Para acceder a este juego, ingresar en el siguiente enlace: <http://www.rtve.es/television/20160321/funcionario-ministerio-del-tiempo-eres/1320621.shtml>. Obtenido el 17/10/16.

nuevo, un juego de preguntas llamado ‘Diccionario Alonso-Pacino, Pacino-Alonso’<sup>167</sup> que consiste en averiguar de qué forma entiende Alonso de Entrerriós las expresiones utilizadas por Pacino. Y, por último, el cuarto juego es de nuevo un trivial nombrado ‘Demuestra cuánta Historia has aprendido viendo EMDT’<sup>168</sup>, pero en este caso se trata de demostrar cuántos conocimientos se han adquirido tras el visionado de las dos temporadas de la ficción.



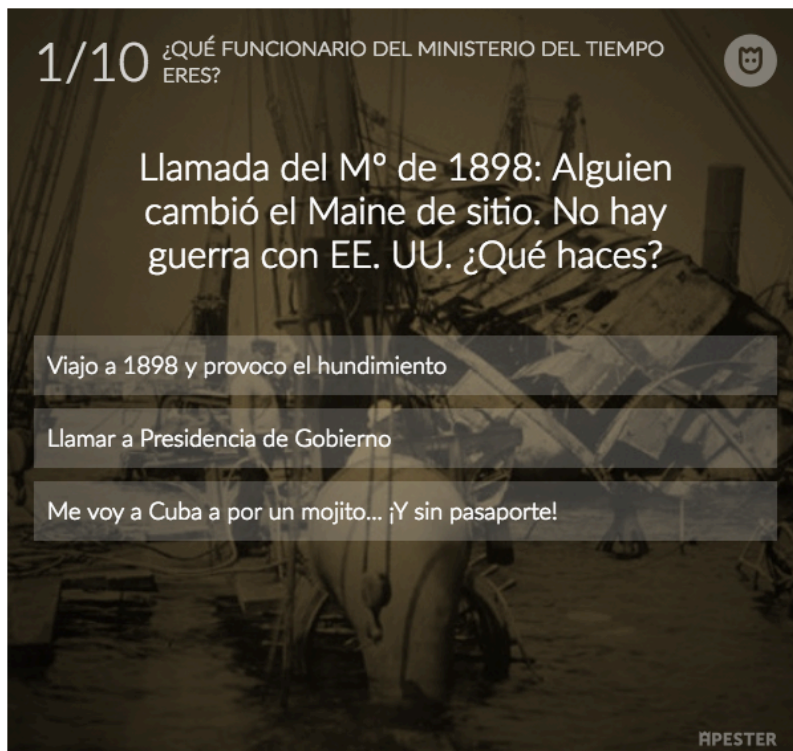
*Imagen 30.* Juego de preguntas sobre ‘El Cid’. Obtenida de <http://www.rtve.es/television/20160215/trivial-cuanto-sabes-cid-campeador-tizona-babieca-hijas-jimena-leyenda-cantar-mio-cid/1299842.shtml>. Perteneciente al trivial ‘¿Cuánto sabes sobre El Cid?’ Obtenido el 17/10/16.

<sup>167</sup> Para acceder a este juego, ingresar en el siguiente enlace: <http://www.rtve.es/television/20160328/diccionario-pacino-alonso-entrerrios-castellano-antiguo-chelija/1324240.shtml>. Obtenido el 17/10/16.

<sup>168</sup> Para acceder a este juego, ingresar en el siguiente enlace: <http://www.rtve.es/television/20160516/juego-demuestra-cuanta-historia-has-aprendido-viendo-ministerio-del-tiempo/1349576.shtml>. Obtenido el 17/10/16.

Estos contenidos no aportan nada nuevo a la NT de la serie, pero sí que forman un nuevo sistema dentro del universo transmedia, el de los JO. No les une una trama común, tan sólo que son parte del universo de EMDT, orbitando alrededor del mundo de la NT.

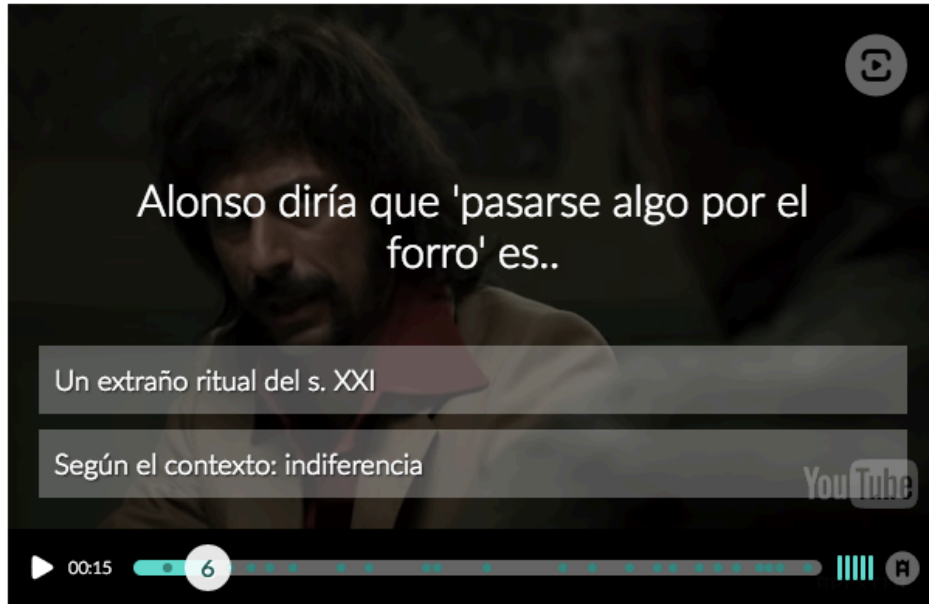
Si no existiese el resto de contenidos que tratan sobre la serie, este mundo narrativo de los juegos online no sería transmediático, pues todos se encuentran en el mismo medio. Esto supone, además, que ninguno de ellos puede ser considerado el contenido estrella de su mundo narrativo, volviendo a demostrar que no es necesaria la existencia de un medio estrella.



*Imagen 31. Juego online '¿Qué funcionario de EMDT eres? Obtenida de <http://www.rtve.es/television/20160321/funcionario-ministerio-del-tiempo-eres/1320621.shtml>. Perteneciente al juego '¿Qué funcionario de EMDT eres?'. Obtenida el 17/10/16.*

Sucede también un hecho interesante con estos cuatro juegos, ya que a parte de formar su propio sistema narrativo, pueden formar parte de otros. Por ejemplo, los dos trivial y el 'diccionario Alonso-Pacino, Pacino-Alonso' forman

parte del sistema DHT, pues hablan de la Historia que rodea a la ficción y de las diferencias históricas del habla. El test de personalidad sólo podría ser clasificado como parte del sistema narrativo de juegos online, ya que no aporta nada diferente a ningún otro.



*Imagen 32.* Juego online ‘Diccionario Alonso-Pacino, Pacino-Alonso’. Obtenida de <http://www.rtve.es/television/20160328/diccionario-pacino-alonso-entrerrios-castellano-antiguo-cheli-jerga/1324240.shtml>. Perteneciente al juego ‘Diccionario Alonso-Pacino, Pacino-Alonso’. Obtenida el 17/10/16.

Estos juegos tienen una doble función: 1) sirven como punto de acceso al universo transmediático de EMDT, y 2) suponen una llamada a la acción para los fans. Estos juegos están ideados para que los espectadores/usuarios cuenten con otra forma de entretenimiento que les mantenga unidos al universo generado por la ficción. Además, sirven como recuerdo de algunas tramas, como por ejemplo la que se refiere a ‘El Cid Campeador’ en el episodio número nueve, o al resto de tramas de episodios que se ven reflejadas en el juego ‘Demuestra cuánta Historia has aprendido viendo EMDT’.

2



Lope tuvo 15 hijos, pero ¿cuántos de los legítimos alcanzaron la edad adulta?

Cinco

Uno

Cuatro

Tres

*Imagen 33.* Juego online 'Demuestra cuánta historia has aprendido viendo EMDT'. Obtenida de <http://www.rtve.es/television/20160516/juego-demuestra-cuanta-historia-has-aprendido-viendo-ministerio-del-tiempo/1349576.shtml>. Perteneciente al juego 'Demuestra cuánta Historia has aprendido viendo EMDT'. Obtenida el 17/10/16.

<b>Contenido 1011</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
Sí	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
Sí	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
Sí		No	X
Tipo de contenido			
Vídeo			
Imagen fija			
Texto			
Audio			
Otro			X

Tabla 31, de elaboración propia. Análisis transmedia del contenido “Tienda online.”

Se trata de la tienda oficial del EMDT, la cual no se encuentra alojada en los servidores de la web oficial de la serie, sino que al entrar en su sección dentro de la misma, un enlace redirige a otro sitio web distinto. En ella se venden gran cantidad de productos relacionados con la ficción. Éstos son, divididos por tipos, los siguientes:

- a) Textil: camisetas y sudaderas.
- b) Papelería: libretas, cuadernos y posters.
- c) Tazas de café.
- d) Accesorios: bolsa, imanes y memoria USB

Esta tienda tiene una peculiaridad muy destacable, pues de nuevo se está ante una nueva forma de llamar a la acción a los fans de EMDT. Esto se debe a que todos los estampados de los productos a la venta están diseñados por los prosumidores de la ficción. Es una estrategia de marketing muy interesante que, además, genera un nuevo sistema transmedia, el del MT.

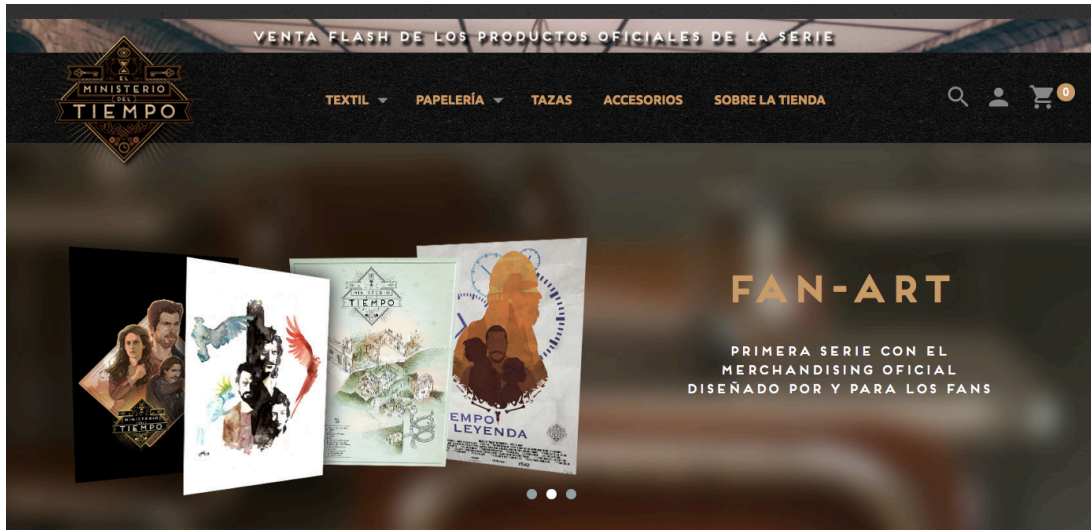
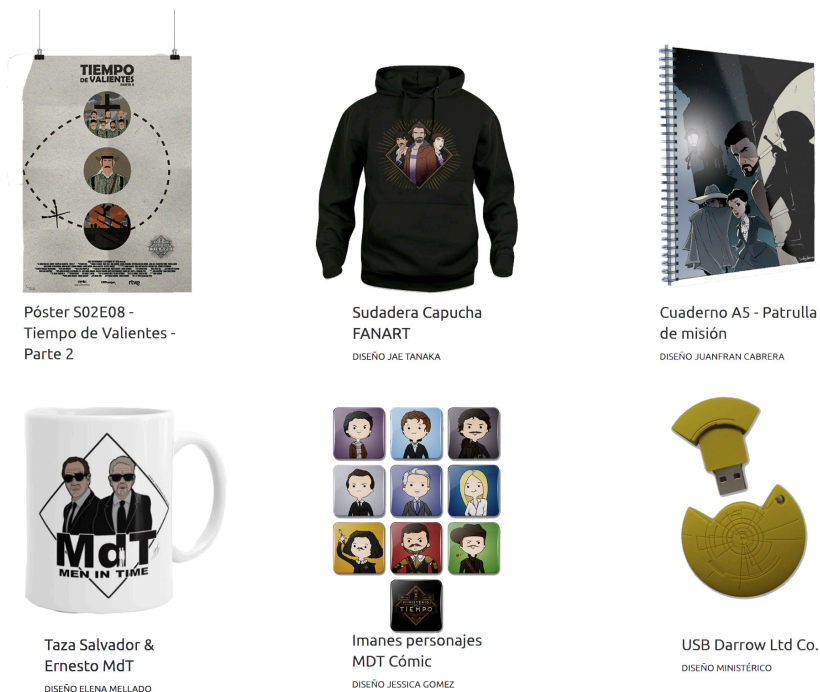


Imagen 34. Portada de la tienda online de EMDT. Obtenida de <http://tiendaministeriodeltiempo.es/>. Recuperada el 18/10/16.

Por lo tanto, el universo transmedia de la serie de televisión sigue ampliándose con nuevos contenidos, aunque en el caso de la tienda no sean contenidos como los que se han revisado hasta ahora.



Póster S02E08 -  
Tiempo de Valientes -  
Parte 2

Sudadera Capucha  
FANART  
DISEÑO JAE TANAKA

Cuaderno A5 - Patrulla  
de misión  
DISEÑO JUANFRAN CABRERA

Taza Salvador &  
Ernesto MdT  
DISEÑO ELENA MELLADO

Imanes personajes  
MDT Cómic  
DISEÑO JESSICA GOMEZ

USB Darrow Ltd Co.  
DISEÑO MINISTERIO

Imagen 35. Ejemplos de productos vendidos en la tienda oficial de EMDT. Obtenidos de <http://tiendaministeriodeltiempo.es/>. Recuperado el 18/10/16.



Algunos autores consideran los productos de marketing, derivados de los mundos narrativos, como parte de la NT, pues con ellos los usuarios pueden generar nuevas historias. Esto tiene sentido dentro del fandom, y es innegable la capacidad que tienen para generar nuevos contenidos por parte de los fans, aunque sean para su propio entretenimiento, sin mostrarlo a nadie. Pero, en cuanto al canon, el merchandising no tiene cabida dentro de la NT, pues generalmente no aportan nada nuevo a la misma.

En este caso concreto, el de EMDT, aún menos podrían ser tenidos en cuenta como parte del mundo de ficción oficial, pues son diseños creados por fans que no cuentan como parte del canon –a no ser que la cadena de televisión y las productoras de la serie digan lo contrario–.

Por todo esto, se está ante una serie de materiales que suponen una adición al universo transmedia de EMDT, generando un nuevo sistema de contenidos que amplía la información y las posibilidades narrativas de este gran proyecto audiovisual.

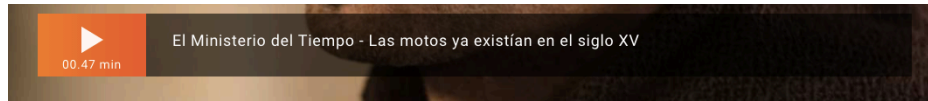
<b>Contenido 1012</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
SÍ	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
SÍ	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
SÍ		No	X
Tipo de contenido			
Vídeo			X
Imagen fija			X
Texto			X
Audio			
Otro			X

Tabla 32, de elaboración propia. Análisis transmedia del contenido ‘Información general’.

Este grupo de contenidos hacen referencia a la ‘Información general’ de todo lo que rodea a EMDT. Es decir, las noticias más importantes que surgen a raíz de este proyecto. Este tipo de material aparece tanto en forma de texto, como vídeos, encuestas e imágenes de estilo periodístico. Incluso, algunas de estas noticias utilizan varios de estos recursos audiovisuales. Un ejemplo de esto el contenido llamado ‘Torquemada hace arder Twitter’<sup>169</sup>, el cual emplea información escrita, imágenes obtenidas de Twitter con sus respectivos comentarios, y un clip de vídeo directamente obtenido del capítulo cuatro.

Cabe destacar, además, que esta información está firmada por ‘Aurelio Pimentel’, el personaje de ficción creado para hacer las veces de administrador de las redes sociales de el Ministerio del tiempo, superando así la fina línea existente entre realidad y ficción.

<sup>169</sup> Para acceder a este contenido, visitar el siguiente enlace: <http://www.rtve.es/television/20150317/torquemada-hace-arder-twitter/1117020.shtml>. Recuperado el 19/10/16.



f  
0

@  
0

💬  
2

🔗  
0

🔖

✉️

## 'El Ministerio del Tiempo' en Twitter

### Torquemada hace arder Twitter

- ▶ Una semana más *El Ministerio del Tiempo* pone la Historia en los TT
- ▶ Ernesto, Amelia, Bertín Osborne o el 'retabiet', muy comentados
- ▶ Participa en *La Puerta del Tiempo* con Nacho Fresneda

17.03.2015 | actualización 01h33

Por  
**AURELIO PIMENTEL**

[ESPÓILERS; SIEMPRE ESPÓILERS]

Teníamos que hacerlo, abandonarnos al cliché y al juego fácil de palabras. No quedaba otro remedio. En efecto, Torquemada y Ernesto (que no era el inquisidor, sino su padre, como se refleja en esta increíble escena, todo un despliegue de trabajo actoral) le han robado plano a Michelle Jenner, que

*Imagen 36.* Contenido 'Torquemada hace arder Twitter', del personaje de ficción 'Aurelio Pimentel'. Obtenido de <http://www.rtve.es/television/20150317/torquemada-hace-arder-twitter/1117020.shtml>. Recuperado el 19/10/16.

También se debe mencionar que este tipo de contenidos, en algunas ocasiones, buscan la participación de los seguidores de la serie, como por ejemplo el vídeo titulado 'Así han vivido los fans la marcha de Pacino'<sup>170</sup>, en el que un grupo de fans cuenta sus impresiones tras ver en primicia el capítulo quince, en el que se despide el personaje de Pacino.

Por lo tanto, estos contenidos se encontrarían inscritos dentro del sistema del PDT de EMDT. Un fenómeno televisivo como el provocado por esta ficción genera gran cantidad de debates y de noticias, por lo que es esencial contar con este mundo periodístico dentro del universo transmediático. De esta forma, todos los seguidores de cualquiera, o de todos, los mundos narrativos, puedan mantenerse informados de todo aquello que tenga que ver con EMDT.

Este tipo de comunicación no expande el mundo de ficción, por lo que no es parte de la NT, pero ejerce funciones muy importantes dentro del universo transmedia. Por su puesto, su primer objetivo es dar a conocer a los seguidores

<sup>170</sup> Para acceder a este contenido, visitar el siguiente enlace: <http://www.rtve.es/alcanta/videos/el-ministerio-del-tiempo/fans-empt/3553455/>.

de la serie todo lo que envuelve a la ficción televisiva, ya que es el centro de este universo y alrededor suyo orbitan todos los contenidos. Así mismo, también tiene una importancia capital para el proyecto transmedia en sí, ya que ayuda a los espectadores/usuarios a conocer la existencia de muchos más contenidos que los que pertenecen únicamente al mundo que ellos siguen<sup>171</sup>, haciendo en muchas ocasiones que se adentren en otros sistemas narrativos de menor interés –normalmente– para ellos.



## El Ministerio del Tiempo amplía su universo transmedia con contenidos exclusivos

- ▶ La serie incorpora contenidos exclusivos transmedia en esta temporada
- ▶ Habrá una ficción sonora con Rodolfo Sancho y un videoblog con Angustias
- ▶ Un episodio interactivo de realidad virtual, hito de innovación de la temporada

03.02.2016 | actualización 14h58

Por  
RTVE.es

El Ministerio del Tiempo cuenta para su segunda temporada con el universo transmedia más completo de la televisión actual, ampliando la oferta que 'enganchó' a miles de 'ministéricos' en 2015 con **contenidos exclusivos, multiplataforma** y enfocados a la participación activa de la comunidad.

Una web oficial renovada con fichas completas de cada personaje y una intranet con contenidos adicionales que desarrollarán tramas de la serie, un videoencuentro semanal, un grupo de whatsapp de 'ministéricos' y, por primera vez, **contenidos independientes de ficción** tanto en audio como en vídeo e, incluso, en realidad virtual.

*Imagen 37.* Noticia sobre EMDT. Obtenida de <http://www.rtve.es/television/20160203/ministerio-del-tiempo-amplia-su-universo-transmedia-contenidos-exclusivos/1295420.shtml>. Ejemplo de contenido de 'Información general'. Recuperado el 19/10/16.

<sup>171</sup> Uno de los contenidos que forman parte de este sistema transmedia es 'El Ministerio del Tiempo amplía su universo transmedia con contenidos exclusivos', el cual informa acerca del proyecto transmedia de la ficción. Para más información, el enlace de este contenido es el siguiente: <http://www.rtve.es/television/20160203/ministerio-del-tiempo-amplia-su-universo-transmedia-contenidos-exclusivos/1295420.shtml>

Estas textualidades funcionan como punto de acceso al universo narrativo de EMDT, y son comprensibles en sí mismos, sin necesidad de haber consumido el resto del material generado acerca de la ficción televisiva. Este sistema narrativo cuenta con un medio estrella, que es, adelantando acontecimientos, el canal oficial de Twitter de EMDT.

Cabe destacar la existencia de una información llamada ‘El misterio de la música en EMDT’<sup>172</sup>. Éste es un artículo en el que se entrevista al compositor de la banda sonora original de la serie de televisión, Darío González Valderrama. Este contenido sirve como artículo periodístico y como parte del cómo se hizo, es decir, vale para dos tipos de comunicación transmedia. También existe una sección llamada ‘Hugo Silva en el Ministerio’, que cuenta con dos artículos informativos diferentes. Uno de ellos, titulado ‘De dónde viene ‘A buenas horas, mangas verdes’, tiene cabida también en dos sistemas transmediáticos distintos, como son el PDT y el DHT, pues la información que contiene es válida para los dos. Esto refuerza la idea de la existencia de materiales que pueden convivir en diferentes sistemas transmedia.

---

<sup>172</sup> Para acceder a este contenido, ver el siguiente enlace: <http://www.rtve.es/television/20150330/banda-sonora-ministerio-del-tiempo/1099820.shtml>. Recuperado el 19/10/16.

<b>Contenido 1013</b>		
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?		
SÍ	X	No
¿Expande el universo transmedia de EMDT?		
SÍ	X	No
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?		
SÍ	X	No
En caso afirmativo, ¿qué tipo de contenido nuevo aporta?		
Nuevas localizaciones		X
Nueva información de personajes		X
Nuevos personajes		X
Ampliación de tramas		X
Nuevas tramas		X
Línea temporal		X
¿Qué técnica expansiva utiliza?		
Elipsis		
Paraelipsis		
Flashback		
Flashforward		
Hueco narrativo		X
Tipo de contenido		
Vídeo		
Imagen fija		
Texto		
Audio		X
Otro		

Tabla 33, de elaboración propia. Análisis transmedia del contenido ‘Tiempo de valientes’.

Este contenido es un *podcast*, un diario sonoro, que narra las vivencias de ‘Julián Martínez’ tras su marcha del Ministerio durante un tiempo para aclarar sus pensamientos. Es un producto de ficción que rellena parte del hueco narrativo existente entre los capítulos diez y catorce, en los cuales no aparece este personaje –como ya se ha explicado en puntos anteriores–.

Este *podcast*, titulado ‘Tiempo de valientes’ –el mismo título que los capítulos quince y dieciséis de la serie de emitida por televisión– consta de seis

episodios en los que la voz de Julián describe sus vivencias, pensamientos e inquietudes durante su paso por la Guerra de Cuba.

Supone una clara expansión de la NT de EMDT, pues se presentan nuevas localizaciones, se da nueva información y aparecen nuevos personajes, se amplían y se incluyen nuevas tramas, y además, supone una prolongación de la línea temporal:

- a) Nuevas localizaciones: Cuba, ciudad de Matanzas y barco en dirección a México. Todo durante el año 1898. También se revela que la puerta número cuarenta del Ministerio es la que lleva a la Cuba de esa época.
- b) Nueva información de personajes: Se amplía la información que se tiene sobre el personaje de ‘Julián’, sobre su mundo interno –su *ethos*–, dando así mayor comprensión al oyente de los actos que lleva a cabo el personaje. También se dan pinceladas sobre ‘Salvador Martí’, descubriendo que él ha permitido a ‘Julián’ ir a la Guerra de Cuba de 1898, aunque no quedan claras aún sus razones. Además, se descubre cómo intenta protegerle, avisándole de que en el Ministerio saben dónde está, instándole a esconderse.
- c) Nuevos personajes: En este diario sonoro se introduce a dos nuevos personajes. Uno de ellos es ‘Montejo’, un agente del Ministerio encargado de velar por la puerta cuarenta. El segundo personaje es ‘Manuel’, un joven celador del Hospital de Matanza. Tal y como se puede deducir tras la escucha de los capítulos, ‘Manuel’ es muy apreciado por ‘Julián’.
- d) Ampliación de tramas: Este diario sonoro supone la ampliación de la trama del personaje ‘Julián’, ya que se dan a conocer partes de su historia que no se narran en ningún otro medio.
- e) Nuevas tramas: La Guerra de Cuba y la huida del mismo lugar de ‘Julián’, componen las nuevas tramas presentadas en este medio. Ambas forman parte de la trama de este personaje.
- f) Línea temporal: Se amplía la línea temporal de la historia, ya que se cuenta parte de la misma a la que no se hace referencia en el resto de medios que forman la NT. Rellena el hueco narrativo que deja el

personaje de ‘Julián’ durante cinco capítulos en la ficción emitida por televisión.

Este material es el ideal de un proyecto transmediático, pues expande en todas las direcciones posibles el mundo de ficción, otorgándole una riqueza narrativa mucho mayor. Cumple, además, las funciones de servir como punto de acceso a la historia, aunque no es comprensible en sí mismo. Se trata, por lo tanto, de un contenido cuya estrategia es crossmedia.

Así mismo, no es necesario haberlo escuchado para comprender las tramas de la ficción televisiva o cualquier otro contenido de la NT de la serie. Es otra parte más de la historia de EMDT que se ha decidido contar a través de un medio específico, como son los *podcast*, al estilo radiofónico.

Como no puede ser de otra manera, este material supone una adición de contenido al mundo narrativo y al universo transmedia de EMDT, incrementando el valor de este proyecto audiovisual.



Imagen 38. Sección del *podcast* de EMDT en su sitio web oficial. Obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/podcast/>. Recuperada el 19/10/16.



<b>Contenido 1014</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
Sí	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
Sí	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
Sí	X	No	
En caso afirmativo, ¿qué tipo de contenido nuevo aporta?			
Nuevas localizaciones			
Nueva información de personajes		X	
Nuevos personajes		X	
Ampliación de tramas		X	
Nuevas tramas			
Línea temporal			
¿Qué técnica expansiva utiliza?			
Elipsis			
Paraelipsis			
Flashback			
Flashforward			
Hueco narrativo		X	
Tipo de contenido			
Vídeo		X	
Imagen fija		X	
Texto		X	
Audio		X	
Otro		X	

Tabla 34, de elaboración propia. Análisis transmedia del contenido 'Intranet'.

Este contenido es la 'Intranet' del Ministerio del Tiempo, a la que se puede acceder a través la página web oficial<sup>173</sup>. Desde ahí se simula la red informática interna perteneciente a esta institución gubernamental.

Se trata de un contenido interactivo que está repleto de material afín al mundo narrativo de ficción. Cuenta con vídeos, imágenes, textos y audios que

<sup>173</sup> Para acceder directamente a la 'Intranet' de EMDT, visitar el siguiente enlace: <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/contenidos-exclusivos/>. Recuperado el 20/10/16.

completan la historia de EMDT. También hay algunos apartados que muestran imágenes del rodaje, los cuales no deberían aparecer en este espacio, ya que anteriormente se han visto lugares en la web donde tendrían mejor cabida. Además, el resto de los contenidos son de ficción, lo que hace que al introducir estos ‘álbumes de rodaje’, la ‘Intranet’ pierda algo de pureza narrativa.

Según se indica en el sitio web oficial de la serie, para acceder a la ‘Intranet’ del Ministerio, es necesario ser seguidor de las cuentas oficiales de las redes sociales de la ficción, ya que allí se facilitarán las claves de acceso a estos contenidos, las cuales cambian cada semana<sup>174</sup>. No obstante, con solo clicar sobre el enlace del menú de la web oficial denominado ‘Intranet’, se puede acceder sin ningún tipo de impedimento.



Imagen 38. La ‘Intranet’ del Ministerio. Obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/>. Recuperado el 01/09/16.

Este contenido representa una adición de información para la ficción, entrando a formar parte de la NT de la misma. Da nueva información sobre personajes, como la ‘carta de despedida de Julián’ o los ‘archivos sobre Pacino’;

<sup>174</sup> Información obtenida del clip de vídeo ‘El Ministerio del Tiempo amplía su universo transmedia con contenidos exclusivos’. Puede ser consultado a través del siguiente enlace: <http://www.rtve.es/television/20160203/ministerio-del-tiempo-amplia-su-universo-transmedia-contenidos-exclusivos/1295420.shtml>. Recuperado el 20/10/16.

amplía los conocimientos que se tienen sobre el Ministerio y sus reglas, con material como el ‘plano del Ministerio de tiempo’ y las reglas de ‘prevención de riesgos’; muestra nuevos personajes a través de las imágenes de la ‘lista infectados por la gripe española’: María Pita –agente de campo–, Paula Buendía –agente de campo–, Marta de Castro y García –recursos humanos–, Rodolfo Martínez –agente de campo–, Ramón de la Vega Gutiérrez –enfermería– y Samuel Salvador Sinsentido –catering–<sup>175</sup>. Por último, concede nueva y valiosa información sobre algunos capítulos, como por ejemplo la ‘carta de despido de Salvador Martí’ o el vídeo de ‘Walcott antes de morir’.



Imagen 39. ‘Intranet’ del Ministerio del Tiempo. Obtenida en <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/contenidos-exclusivos/>. Recuperada el 20/10/16.

Todos estos contenidos ofrecidos por la ‘Intranet’ del Ministerio del Tiempo son parte, tal y como se ha indicado, de la NT de EMDT. No obstante, cuenta con una diferencia sustancial con respecto al resto de contenidos del mismo sistema transmediático: al igual que el *podcast* ‘Tiempo de valientes’, no es comprensible por sí misma. Por esta razón, los espectadores/usuarios deben conocer el desarrollo de la ficción televisiva para entender los materiales

<sup>175</sup> Información obtenida de <http://www.rtve.es/fotogalerias/infectados-gripe-espanola-ministerio-del-tiempo/167515/infectado-samuel-salvador/1/>. Recuperado el 20/10/16.

audiovisuales aportados. Esto quiere decir que es un contenido crossmedia, el cual necesita de otros medios para poder ser consumido con un conocimiento total por parte de la audiencia.

Esto confirma la teoría que se argumenta en el marco teórico del presente estudio, en la que se entiende que una estrategia crossmedia es una forma de contar historias que siempre se encuentra inscrita dentro de la comunicación transmedia de un proyecto.

<b>Contenido 1015</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
Sí	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
Sí	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
Sí	X	No	
En caso afirmativo, ¿qué tipo de contenido nuevo aporta?			
Nuevas localizaciones			
Nueva información de personajes		X	
Nuevos personajes			
Ampliación de tramas			
Nuevas tramas			
Línea temporal			
¿Qué técnica expansiva utiliza?			
Elipsis			
Paraelipsis			
Flashback			
Flashforward			
Hueco narrativo		X	
Tipo de contenido			
Vídeo			
Imagen fija		X	
Texto		X	
Audio			
Otro		X	

Tabla 35, de elaboración propia. Análisis transmedia del contenido 'Organigrama del Ministerio del Tiempo'.

En este caso se está ante otro contenido crossmedia, el 'Organigrama del Ministerio del tiempo'<sup>176</sup>, en el que se indica el puesto que ocupan algunos personajes dentro de la Institución. No es mucha la aportación narrativa que se obtiene de este contenido, pero ofrece nueva información de personajes. Se trata de un contenido interactivo que une imágenes y texto, en el que se muestran las fotografías, los nombres y el puesto de ciertos funcionarios. Estos son: Susana

<sup>176</sup> Para acceder al 'Organigrama del Ministerio del Tiempo', acceder al siguiente enlace: <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/personajes/>. Recuperado el 20/10/16.

Torres, Salvador Martí, Angustias, Ernesto, Irene, Diego Velázquez, Amelia, Ambrosio Espínola, Pacino y Alonso. Al clicar sobre la foto de cualquiera de ellos se abre una ficha informativa con diferentes datos que son útiles para conocer algo más de estos personajes, y que no se han aportado durante el desarrollo de los diferentes relatos.



Imagen 40. Enlace para acceder al 'Organigrama del Ministerio del tiempo'. Obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/>. Recuperada el 20/10/16.

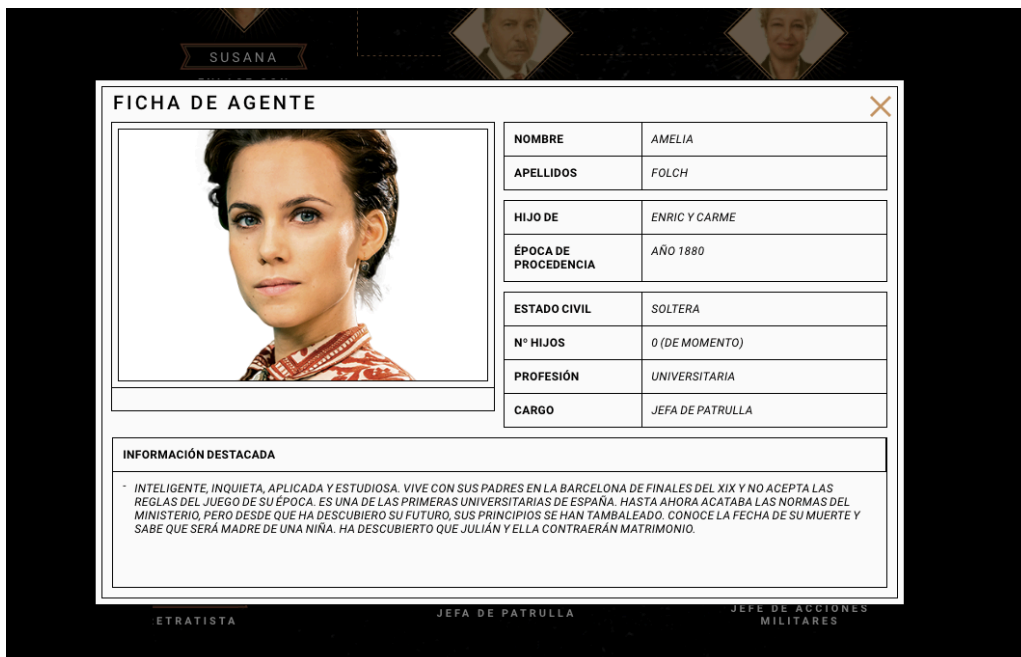


Imagen 41. Ficha del personaje Amelia. Obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/personajes/>, al clicar sobre el personaje Amelia. Recuperado el 20/10/16.

<b>Contenido 1016</b>		
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?		
SÍ	X	No
¿Expande el universo transmedia de EMDT?		
SÍ	X	No
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?		
SÍ	X	No
En caso afirmativo, ¿qué tipo de contenido nuevo aporta?		
Nuevas localizaciones		
Nueva información de personajes		
Nuevos personajes		X
Ampliación de tramas		
Nuevas tramas		X
Línea temporal		X
¿Qué técnica expansiva utiliza?		
Elipsis		
Paraelipsis		
Flashback		
Flashforward		
Hueco narrativo		X
Tipo de contenido		
Vídeo		X
Imagen fija		X
Texto		X
Audio		
Otro		X

Tabla 36, de elaboración propia. Análisis transmedia del contenido 'VR'.

Esta sección, llamada 'VR'<sup>177</sup>, sitúa a EMDT y RTVE en la vanguardia a nivel mundial de creación de contenidos de ficción en diferentes medios y soportes. En ella se encuentra alojada la información acerca de un capítulo de realidad virtual titulado 'El tiempo en tus manos'. Éste, a su vez, es el primero de su clase que se realiza en el mundo para una serie de ficción televisiva.

<sup>177</sup> Para acceder a la sección 'VR' –siglas de realidad virtual–, visitar el siguiente enlace: <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/vr/>. Recuperado el 21/10/16.

La realidad virtual es una técnica que genera un mundo virtual por ordenador que recrea la sensación, para el usuario que está haciendo uso de esta tecnología, de estar en un lugar totalmente diferente al real<sup>178</sup>. Usa técnicas como la del vídeo en 360°, la cual permite que el espectador/usuario pueda observar todo lo que se encuentra a su alrededor, dentro del vídeo que se está visualizando, con tan solo mover el dispositivo que lo reproduce. De esta manera se genera una experiencia inmersiva mucho mayor que con el vídeo tradicional, sobre todo con el uso de gafas de realidad virtual, ya que suelen añadir técnicas de vídeo estereoscópicas –en tres dimensiones, simulando la visión del ojo humano–. La realidad virtual permite, además, interactuar con el entorno, siempre y cuando el contenido que se esté reproduciendo lo permita.

En los contenidos de realidad virtual, el espectador/usuario tiene la sensación de ser el protagonista de la acción, ya que puede fijar la mirada en cualquier punto de la escena y en cualquier momento. De esta manera, la experiencia de cada consumidor será completamente diferente<sup>179</sup>.



*Imagen 41.* Portada de la aplicación para *smartphone* 'Ministerio VR'.

<sup>178</sup> Información obtenida de la siguiente página web, especializada en realidad virtual: <http://www.realidadvirtual.com/que-es-la-realidad-virtual.htm>. Recuperado el 21/10/16.

<sup>179</sup> Información obtenida del contenido 'Preguntas frecuentes', disponible en la sección 'VR' de la página web oficial de EMDT a través del siguiente enlace: <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/vr/>. Recuperado el 21/10/16.



En el caso de ‘El tiempo en tus manos’, se trata de un capítulo de realidad virtual interactivo, ya que además de contar una historia, el espectador debe superar un examen para ingresar como agente del Ministerio del Tiempo. La historia que narra este episodio, en primera persona, es la de un nuevo personaje –el espectador/usuario que visualiza el contenido– que acude al Ministerio para realizar una prueba de acceso en el mismo. Para ello se debe interactuar con distintos funcionarios que van mostrando las instalaciones y explican algunas de las reglas básicas de la Institución.



Imagen 42. Fotogramas obtenidos de la aplicación móvil ‘Ministerio VR’, pertenecientes al capítulo ‘El tiempo en tus manos’.

Para poder acceder a este contenido, es necesario contar con un *smartphone* de última generación<sup>180</sup> y descargar la aplicación móvil ‘Ministerio VR’<sup>181</sup>, la cual da acceso a este capítulo. Por lo tanto, se está ante un contenido que se

<sup>180</sup> Tal y como se indica en el contenido ‘Preguntas frecuentes’ alojado en la sección ‘VR’ del sitio web de EMDT, no todos los *smartphone* son compatibles con esta aplicación. Para poder visualizarla correctamente es necesario contar con modelos de teléfono inteligente a partir del Samsung Galaxy S4, el Nexus 5, iPhone 5 o iPhone 6. Por ello, no todos los usuarios pueden disfrutar de este capítulo. Esto se debe a que este tipo de contenidos exigen mucha potencia de *hardware* –elementos físicos que forman un *smartphone* en este caso– a los distintos terminales. Para más información, visitar <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/vr/>.

<sup>181</sup> Disponible en la App Store de Apple y en Google Play de Android. Ambas aplicaciones son los espacios donde se permite obtener distintas aplicaciones para así poder instalarlas en los dispositivos que se desee y tengan acceso a ellas.

encuentra en un medio diferente al del medio estrella y que aporta un valor diferencial, tanto en el apartado técnico como en el narrativo.

Con respecto a la historia que cuenta, ésta es totalmente nueva y pertenece al mundo narrativo de ficción, por lo que es un contenido que entra a formar parte de la NT de EMDT. Amplía la información acerca de cómo ingresan en el Ministerio sus agentes, no sólo siendo reclutados tal y como sucede con los protagonistas de la serie de televisión, sino que se descubre cómo también se hacen exámenes de acceso: un test psicológico a base de imágenes y un examen sobre conocimientos de la Historia de España. También se conoce qué otras funciones ejercen algunos trabajadores, como ‘Ernesto’, el cual recibe e informa sobre el Ministerio a los recién llegados.

En cuanto a los exámenes mencionados, cuentan con distintas preguntas que ofrecen varias respuestas posibles, las cuales el usuario debe responder y, dependiendo del número de aciertos, se obtendrán unos resultados. En esta parte del relato es donde se pone de manifiesto la interactividad que permite este contenido, ya que cada usuario podrá obtener unos resultados diferentes a los de otros. Por lo tanto, la aplicación ‘Ministerio VR’ utiliza nuevas técnicas narrativas audiovisuales, mezcladas con otras propias de los videojuegos –más concretamente de las aventuras gráficas<sup>182</sup>–.

Además de este pequeño relato, la aplicación ‘Ministerio VR’ cuenta con otro apartado. Éste permite al usuario entrar en diferentes localizaciones del Ministerio y visitarlas mediante la técnica de realidad virtual y fotografía en 360°: el claustro, el despacho de Angustias, el despacho de Salvador, los pasillos, la escalera helicoidal y las puertas del tiempo.

---

<sup>182</sup> Las aventuras gráficas son videojuegos que consisten en ir avanzando niveles mediante la resolución de diferentes pruebas de agilidad y de habilidad mental. Los exámenes a los que somete a sus usuarios la aplicación ‘Ministerio VR’ son muy similares a los ofrecidos en este tipo de videojuegos.



Imagen 43. Obtenida de la aplicación móvil 'Ministerio VR'. Muestra el menú que da acceso al visionado en 360° de distintas dependencias del Ministerio.

Esto permite conocer mejor los espacios en los que se mueven los personajes de la ficción. De esta manera, aunque no se muestren nuevos escenarios, se amplía el conocimiento con el que cuentan los seguidores de la ficción acerca de los mismos.

Además de esta aplicación móvil, la sección 'VR' también cuenta con otros contenidos, como son vídeos, imágenes e información en forma de texto, así como enlaces directos para descargar la aplicación móvil ya descrita.

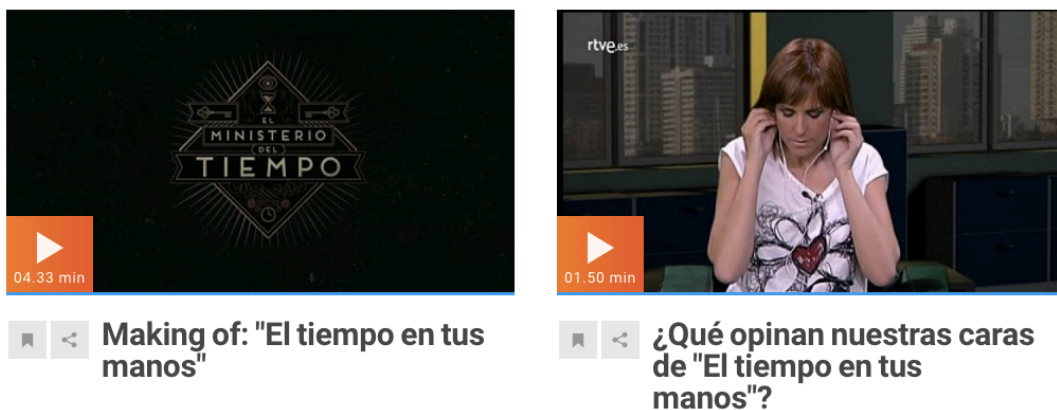


Imagen 44. Obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/vr/>. Obtenida el 21/10/16.

En esta sección se puede disfrutar de un vídeo del *making of* de ‘El tiempo en tus manos’, un vídeo de la reacción de algunos presentadores de TVE al ver el capítulo con gafas de realidad virtual, imágenes de la grabación del mismo, e información escrita y en vídeo sobre la aplicación.



*Imagen 45.* Información en forma de texto sobre el capítulo de realidad virtual. Obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/vr/>. Obtenida el 21/10/16.

De esta manera se puede observar que esta sección esconde contenidos que pertenecen a diferentes sistemas narrativos del universo transmedia, como son el del PDT y el del DPT. Por lo tanto, los contenidos encontrados en la sección ‘VR’ suponen una expansión del universo transmedia de EMDT en distintos mundos narrativos.

<b>Contenido 1017</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
Sí	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
Sí	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
Sí		No	X
Tipo de contenido			
Vídeo			
Imagen fija			
Texto		X	
Audio			
Otro			

Tabla 37, de elaboración propia. Análisis transmedia del contenido ‘Serie’.

Esta sección, llamada ‘Serie’<sup>183</sup>, enlaza con un contenido de la página web que proporciona información general acerca de EMDT: sinopsis, información sobre la patrulla protagonista, el reparto y el equipo técnico.

Tanto la sinopsis –bajo el título ‘El Ministerio del Tiempo, un secreto de Estado’– como la información sobre la patrulla –‘La patrulla’–, son contenidos que ofrecen información general de la ficción. No se integran dentro de ningún mundo narrativo en concreto, por lo que se está ante los primeros paratextos encontrados acerca de esta ficción. Se ubican dentro del universo transmedia de EMDT, apoyando la comprensión de cualquiera del resto de contenidos, sin importar el mundo narrativo al que pertenezcan.

Por su lado, la información que se obtiene en esta sección acerca de el reparto y del equipo técnico, amplían la información del mundo del DPT: aportan los nombres de los personajes de la ficción y de los actores que interpretan a cada uno, así como se detalla quiénes son los autores que se encuentran detrás de las cámaras de este proyecto. Por ello, se puede considerar que forman parte del mundo narrativo mencionado, expandiendo su información.

<sup>183</sup> Para acceder a la sección ‘Serie’, visitar el siguiente enlace: <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/la-serie/>. Recuperada el 02/11/16.

## El reparto



- ▶ Julián Martínez: Rodolfo Sancho
- ▶ Amelia Folch: Aura Garrido
- ▶ Alonso de Entreríos: Nacho Fresneda
- ▶ Jesús Méndez 'Pacino': Hugo Silva
- ▶ Salvador Martí: Jaime Blanch
- ▶ Irene Larra: Cayetana Guillén Cuervo
- ▶ Ernesto Jiménez: Juan Gea
- ▶ Lola Mendieta: Natalia Millán
- ▶ Angustias: Francesca Piñón
- ▶ Diego Velázquez: Julián Villagrán
- ▶ Susana Torres: Mar Saura
- ▶ Lope de Vega: Víctor Clavijo
- ▶ Gil Pérez: Miguel Rellán
- ▶ El Empecinado: Hovik Keuchkerian
- ▶ Maitte: Mar Ulldemolins
- ▶ Ambrosio Spinola: Ramón Langa
- ▶ Federico García Lorca: Ángel Ruiz
- ▶ Blanca / Elena Castillo: Susana Córdoba
- ▶ Armando Leiva: José Antonio Lobato
- ▶ Cid Campeador: Antonio Velázquez / Sergio Peris Mencheta
- ▶ Miguel de Cervantes: Pere Ponce
- ▶ Marisa: Nieve de Medina
- ▶ Paul Walcott: Jimmy Shaw
- ▶ Ferguson: Algis Arlauskas
- ▶ Isabel II: Carmen Sánchez
- ▶ Carme de Folch: Fanny Gautier
- ▶ Heinrich Himmler: David Luque
- ▶

*Imagen 45.* Contenido 'El reparto', en la sección 'Serie' de la página web. Obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/la-serie/>. Recuperada el 21/10/16.

## La patrulla



Nuestros protagonistas no son superhéroes, sino gente corriente expuesta a situaciones nada corrientes. Julián, un enfermero del SAMUR de hoy en día, Amelia Folch, la primera mujer universitaria en la Barcelona de 1880 (imagen de la España moderna) y Alonso de Entreríos, un soldado de los Tercios de Flandes (ejemplo del valor y sacrificio patriótico de nuestros ejércitos). Todas las Españas juntas por un fin común.

Su misión: luchar para que el pasado no cambie, lo que supondría que nuestro presente no sea el que es. Para ello deberán luchar con mercaderes y organizaciones que quieren manipularlo en su beneficio o en el de potencias extranjeras. El Ministerio es la última barrera para que, con su grandeza y sus penas, nuestra Historia sea la que es.

*Imagen 46.* Contenido 'La patrulla'. Obtenida de <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/la-serie/>. Recuperada el 21/10/16.

<b>Contenido 1018</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
SÍ	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
SÍ	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
SÍ		No	X
Tipo de contenido			
Vídeo			X
Imagen fija			X
Texto			X
Audio			X
Otro			X

Tabla 38, de elaboración propia. Análisis transmedia del contenido ‘Facebook oficial’.

Este contenido es la página oficial de Facebook<sup>184</sup> de EMDT, la cual tiene un total de 90.915 seguidores<sup>185</sup>. Cuenta con una gran cantidad de material referente a EMDT obtenido de diferentes fuentes: página web de RTVE y noticias relacionadas con la serie procedentes de otros medios.

Es parte del mundo narrativo del PDT de EMDT, ya que lo que se hace a través de esta plataforma es dar información acerca de todo lo que sucede alrededor de la ficción. Su principal función es, por lo tanto, informar. Por esta razón ha de ser considerado parte de este mundo narrativo y no de la NT de EMDT.

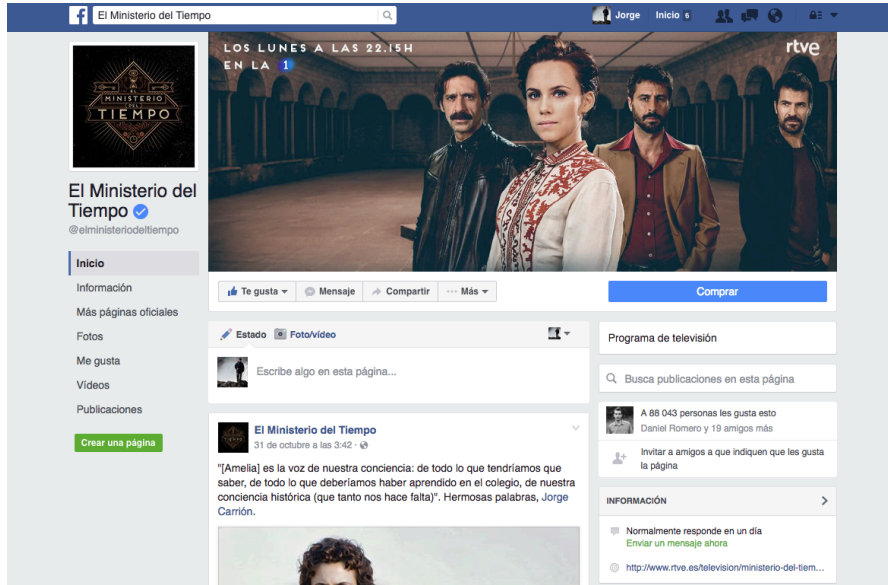
Cuenta con diferentes secciones, las cuales son: ‘inicio’, ‘información’, ‘más páginas oficiales’, ‘fotos’, ‘me gusta’, ‘vídeos’ y ‘publicaciones’.

- a) Inicio. La página de inicio del Facebook de EMDT, también conocida como muro, cuenta con una enorme cantidad de contenido publicado

<sup>184</sup> Para acceder a la página oficial de Facebook de EMDT, visitar el siguiente enlace: <https://www.facebook.com/elministeriodeltiempo/>. Recuperado el 02/11/16.

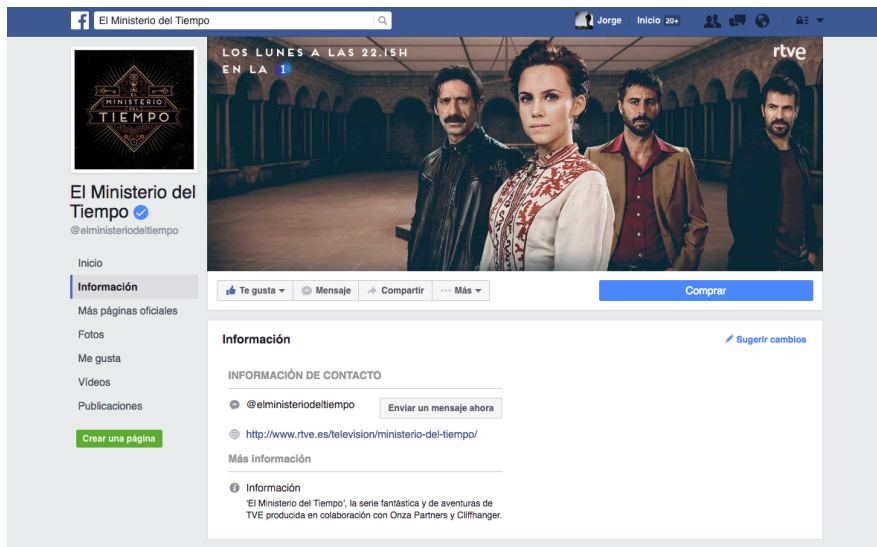
<sup>185</sup> Información obtenida el 23/01/17. El número de seguidores con el que cuenta esta ficción en su página de Facebook variará, con total seguridad, a lo largo del tiempo. Por ello, para conocer la cantidad exacta de los mismos, se recomienda visitar el enlace que se ha dado en la nota al pie anterior.

en el mismo. Este muro es el espacio donde, tanto los administradores de la página como los usuarios que acceden a ella, pueden publicar todo tipo de contenidos –imágenes, vídeos, comentarios, enlaces externos, etcétera–.



*Imagen 45.* Página de inicio del Facebook de EMDT. Obtenida de <https://www.facebook.com/elministeriodeltiempo/>. Recuperada el 02/11/16.

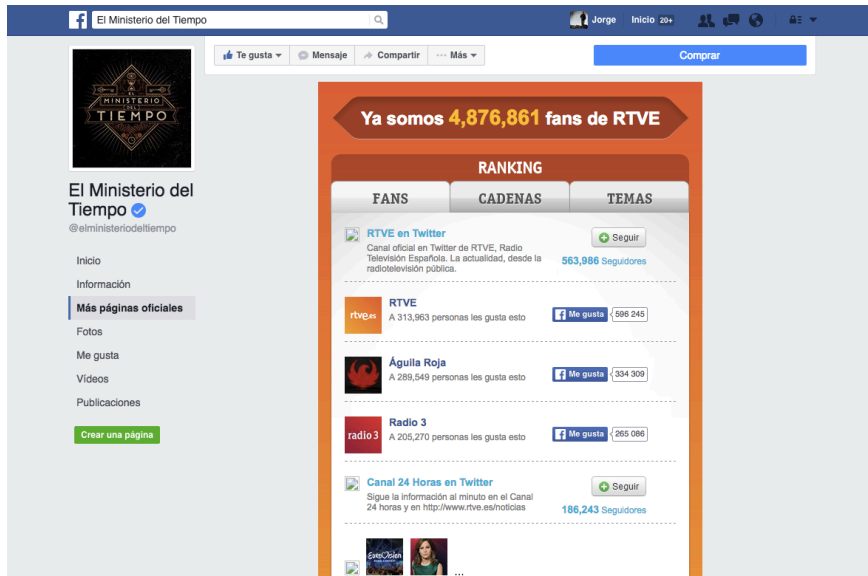
b) Información. En esta sección se puede obtener información de contacto y una pequeño fragmento de información de la serie –género y empresas productoras del proyecto–.



*Imagen 46.* Sección 'Información' de la página Facebook de EMDT. Obtenida de [https://www.facebook.com/pg/elministeriodeltiempo/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/elministeriodeltiempo/about/?ref=page_internal). Recuperada el 02/11/16.



- c) Más páginas oficiales. Este apartado enlaza con otras páginas de Facebook que tienen relación con la ficción. En este caso, todas están relacionadas con la el grupo de comunicación que emite EMDT: Radiotelevisión Española –RTVE–.



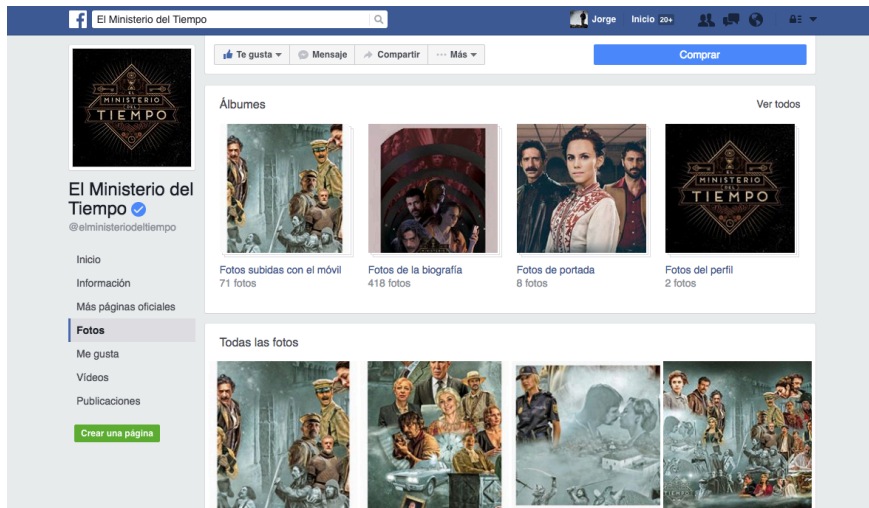
*Imagen 47.* Sección ‘Más páginas oficiales’ de la página de Facebook de EMDT.

Obtenida de: <https://www.facebook.com/elministeriodeltiempo/app/159017054151191/>.

Recuperada el 02/11/16.

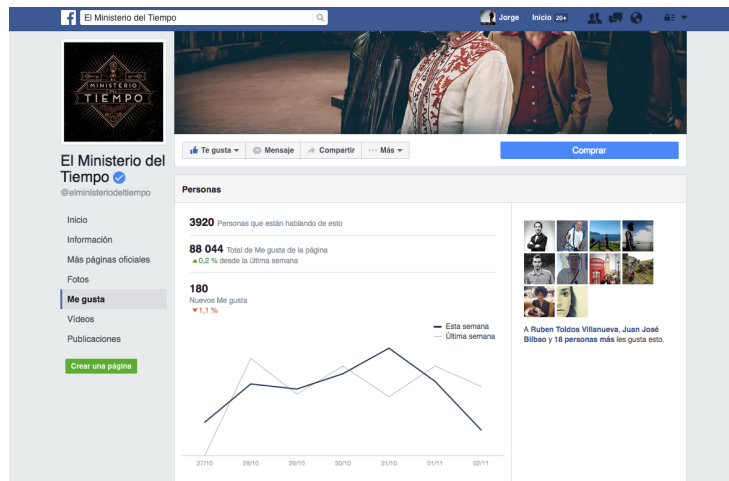
- d) Fotos. Esta sección muestra todas las imágenes que se han publicado en el muro de Facebook de EMDT. Éstas pueden ser visionadas de dos formas distintas: mediante álbumes que recopilan imágenes que pertenecen a un mismo tipo, o todas las fotos en orden de publicación. Se observan fotografías que aportan diferente información, como fotogramas obtenidos de capítulos de la serie, imágenes del rodaje y de la Intranet –donde se pueden ver el usuario y la clave para acceder a ella–. Pero, lo más importante, es la visibilidad que otorga este apartado de la página de Facebook de EMDT a las imágenes generadas por los espectadores de la ficción. La importancia de éstas es primaria, pues los creadores del canon incorporan los trabajos del fandom, generando así una fidelidad y compromiso mucho mayores. Además, esto es una llamada a la acción para estos prosumidores, pues su trabajo no va a quedar expuesto en una página web o red social donde

sólo unos pocos podrán acceder, sino que se les brinda la oportunidad de hacer mucho más visible todo aquel contenido que hayan generado.



*Imagen 48.* Sección ‘Más páginas oficiales’. Obtenida de [https://www.facebook.com/pg/elministeriodeltiempo/304aceb/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/elministeriodeltiempo/304aceb/?ref=page_internal). Recuperada el 02/11/16.

- e) Me gusta: este apartado muestra información acerca de la actividad de la página y de sus usuarios. Ofrece datos numéricos y una gráfica de la evolución de los ‘me gusta’<sup>186</sup> que ha obtenido durante la última semana.



*Imagen 48.* Sección ‘Más páginas oficiales’ de la página de Facebook de EMDT. Obtenida de: [www.facebook.com/pg/elministeriodeltiempo/likes/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/elministeriodeltiempo/likes/?ref=page_internal). Recuperada el 02/11/16.

<sup>186</sup> Tal y como se indica en la propia página web de Facebook, hacer clic en ‘me gusta’ de una publicación “es una forma sencilla de decirle a las personas que es de tu agrado, sin dejar un comentario. Al igual que sucede con los comentarios, si haces clic en Me gusta, se indicará debajo de la publicación”. Información obtenida de <https://www.facebook.com/help/110920455663362>. Recuperada el 02/11/16.

f) Vídeos. En esta sección se pueden ver todos los vídeos que han sido publicados en el muro de Facebook sobre la ficción. La mayoría de ellos son clips directamente obtenidos de alguno de los contenidos oficiales de la web de EMDT, sin importar el mundo narrativo al que pertenecen. Son, por lo general, contenidos compresivos. Son pequeñas muestras del trabajo realizado en los diferentes programas del universo transmediático de EMDT, hayan sido emitidos por televisión o directamente a través de la web oficial. Esto es comprensible ya que, al tratarse de pura información, se obtiene contenido de cualquier lugar y de forma reducida, para así poder darla de la mejor forma posible. De igual manera, en algunos casos se muestra un enlace que redirige al contenido completo al que se refiere. Así mismo, cabe destacar que de entre los cien<sup>187</sup> vídeos con los que cuenta esta página de Facebook, existe algún vídeo único para esta plataforma<sup>188</sup>.

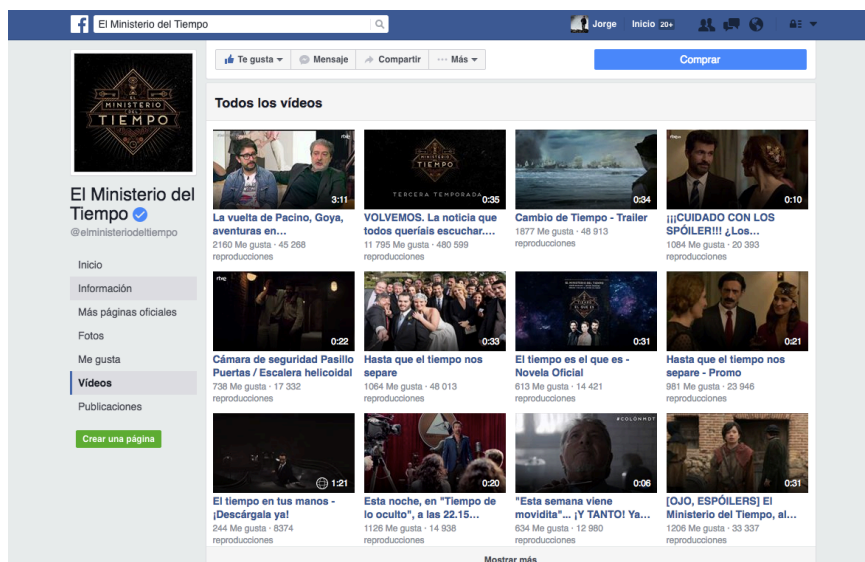
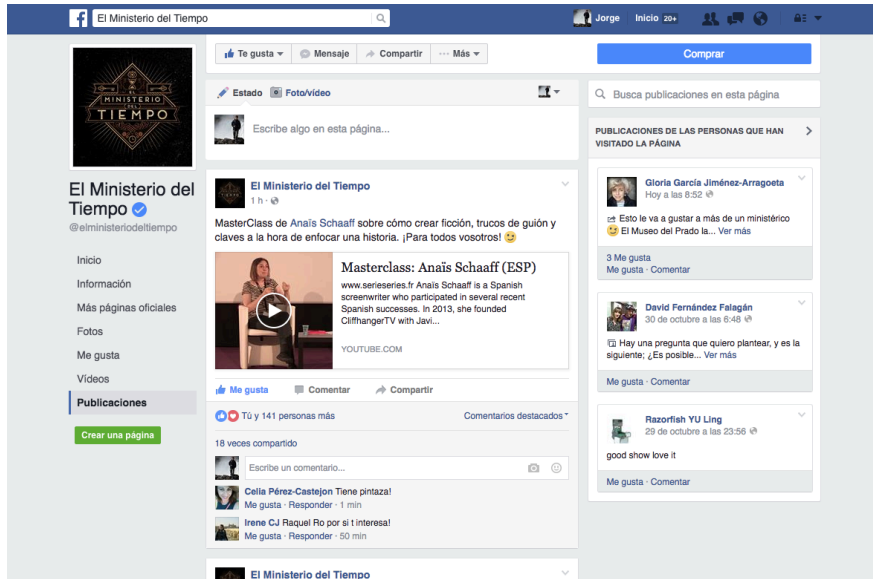


Imagen 49. Sección 'Vídeos' de la página de Facebook de EMDT. Obtenida de [https://www.facebook.com/pg/elministeriodeltiempo/videos/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/elministeriodeltiempo/videos/?ref=page_internal). Recuperada el 02/11/16.

<sup>187</sup> Cien es el número de vídeos con los que cuenta la página de Facebook de EMDT a día 02/11/16. No obstante, esta cifra puede variar con el tiempo, ya que es una plataforma que cada día va aportando nuevos contenidos.

<sup>188</sup> Estos vídeos que sólo han sido encontrados en la página oficial de Facebook de EMDT, están reflejados en el anexo I de la presente investigación.

- g) Publicaciones. En esta sección se muestran todas las publicaciones que se han expuesto en esta página de Facebook. Se trata de un apartado muy similar al de ‘Inicio’.



*Imagen 50.* Sección ‘Publicaciones’ de la página de Facebook de EMDT. Obtenida de [https://www.facebook.com/pg/elministeriodeltiempo/posts/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/elministeriodeltiempo/posts/?ref=page_internal). Recuperada el 02/11/16.

Esta red social se muestra como un elemento esencial que aglutina todas –o casi todas– las noticias existentes acerca de la ficción de TVE, así como aquellas relacionadas con ella de alguna forma. De esta manera, supone una adición de información al mundo narrativo del PDT. Su principal valor, además, es que a través de esta plataforma es posible la interacción entre los usuarios –fandom– y los creadores de la ficción –canon–. De esta forma se genera un sentimiento de comunidad muy arraigado, cuyo punto central es la serie de televisión. Incluso, como se ha visto, desde esta cuenta oficial se publica CGU: fanart, fanfic, etcétera.

EMDT juega, a su vez, con esa fina línea existente entre la realidad y la ficción, ya que el administrador de esta red social es un personaje ficticio creado para tal efecto. Su nombre es ‘Aurelio Pimentel’, quien es el responsable de publicar nuevos contenidos y establecer conversaciones con los seguidores de la ficción. De esta forma, los usuarios de la página de Facebook de EMDT tienen la sensación de estar dialogando directamente con el propio Ministerio.



Imagen 51. Ejemplo de respuestas por parte del canon. Obtenida en <https://www.facebook.com/elministeriodeltiempo/>. Recuperada el 02/11/16.

Es importante señalar el alto nivel de respuesta por parte de ‘Aurelio Pimentel’ a las preguntas y comentarios de los usuarios. Según indica la propia página de Facebook, suele tardar alrededor de un día en dar respuesta a cada uno de los comentarios. Por lo tanto, canon y fandom se unen para hacer de EMDT una experiencia mucho mayor y más fructífera para ambas partes.

<b>Contenido 1019</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
SÍ	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
SÍ	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
SÍ		No	X
Tipo de contenido			
Vídeo			X
Imagen fija			X
Texto			X
Audio			X
Otro			X

Tabla 39, de elaboración propia. Análisis transmedia del contenido ‘Twitter’.

Este contenido es la red social Twitter<sup>189</sup>, una red social que cumple, al igual que Facebook, la labor de mantener informados a los seguidores de EMDT. En publicaciones con un máximo de ciento cuarenta caracteres, ‘Aurelio Pimentel’ informa a todos sus seguidores de las novedades acerca de la ficción. Por ello, pertenece al mundo narrativo del PDT.



Imagen 52. Cuenta de Twitter de EMDT. Imagen obtenida de [https://twitter.com/MdT\\_TVE](https://twitter.com/MdT_TVE).

Recuperada el 03/11/16.

<sup>189</sup> Para acceder a la cuenta de Twitter de EMDT, visitar el siguiente enlace: [https://twitter.com/MdT\\_TVE](https://twitter.com/MdT_TVE). Recuperado el 03/11/16.

Actualmente, el perfil de esta serie en Twitter cuenta con más de 90.700 seguidores, y ha publicado más de 16.000 tweets. De esta manera, esta plataforma se erige como el epicentro de la información de la ficción, por lo que se trata del medio estrella del mundo narrativo del periodismo transmedia del universo de EMDT.

El contenido que puede encontrarse en esta red social es de textos con un máximo de ciento cuarenta caracteres, pudiendo añadirse además diversas textualidades como imágenes, vídeos, gifs, enlaces externos, audios y vídeos. Además, es posible retwittear<sup>190</sup> lo que otros usuarios han comentado.

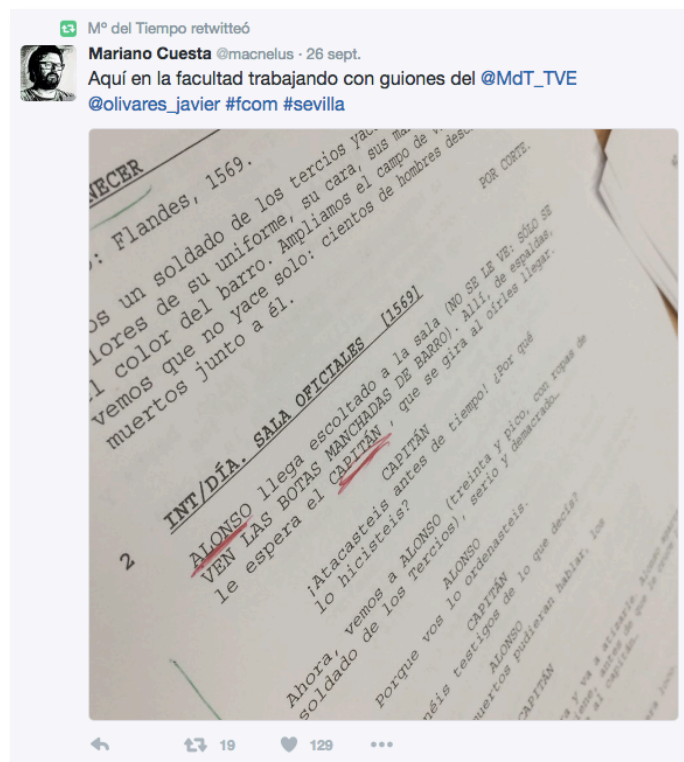


Imagen 53. Ejemplo de retweet desde la cuenta oficial de EMDT en Twitter. Imagen obtenida de [https://twitter.com/MdT\\_TVE](https://twitter.com/MdT_TVE).

Recuperada el 03/11/16.

Se genera también mucha interacción con los diferentes usuarios de la plataforma, pues ésta permite, además de los mencionados retweets, establecer conversaciones a través de uno o varios tweets. Twitter también es utilizado

<sup>190</sup> Se trata de republicar contenidos ya publicados por otros usuarios, dándoles de esta forma mayor visibilidad.

como reclamo y llamada a la acción de los fans, pidiéndoles participar en las diferentes redes sociales y animándoles a generar nuevos contenidos.



*Imagen 54.* Ejemplo de tweet de EMDT pidiendo la participación de los usuarios. Imagen obtenida de [https://twitter.com/MdT\\_TVE](https://twitter.com/MdT_TVE). Recuperada el 03/11/16.

Por lo tanto, la cuenta oficial de Twitter de EMDT es uno de los puntos de acceso fundamentales al universo transmedia de este proyecto, pues cuenta con una gran legión de fieles seguidores y, lo más importante, genera gran cantidad de información acerca de la serie. La facilidad de acceso a esta plataforma, así como su sencillez y su rapidez de difusión, hace que sea un medio que está continuamente generando nuevos contenidos e informaciones, ampliando los horizontes de este gran proyecto transmedia.



<b>Contenido 1020</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
Sí	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
Sí	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
Sí	X	No	
En caso afirmativo, ¿qué tipo de contenido nuevo aporta?			
Nuevas localizaciones		X	
Nueva información de personajes		X	
Nuevos personajes		X	
Ampliación de tramas		X	
Nuevas tramas		X	
Línea temporal		X	
¿Qué técnica expansiva utiliza?			
Elipsis			
Paraelipsis			
Flashback			
Flashforward			
Hueco narrativo		X	
Tipo de contenido			
Vídeo		X	
Imagen fija		X	
Texto		X	
Audio			
Otro			

Tabla 40, de elaboración propia. Análisis transmedia del contenido 'Instagram'.

El contenido 1021 es la cuenta oficial de Instagram<sup>191</sup> de EMDT, donde se presentan imágenes y vídeos de diferentes momentos de la historia del Ministerio. Esta red social se muestra como una de las herramientas que mejor representan el sentido de la NT en una ficción. Expande su historia desde todos los puntos posibles, generando una inmensa cantidad de nuevos relatos.

<sup>191</sup> Es posible acceder al contenido de la cuenta de Instagram oficial de EMDT de dos formas distintas: 1) a través de la aplicación móvil –necesario un *smartphone*– de Instagram, y 2) ingresando en el siguiente enlace: <https://www.instagram.com/elministeriodeltiempo/>. Recuperado el 04/11/16.

Supone una adición de contenido a la parte de ficción de EMDT, por lo que pertenece al mundo NT de la misma, siendo un importante punto de acceso al universo transmediático de la ficción.

Como se puede observar, esta red social cumple una función muy diferente a la que llevan a cabo tanto Twitter como Facebook. Tiene una labor completamente narrativa de ficción, lo que demuestra que las redes sociales pueden efectuar diferentes labores dentro de un universo transmedia. La cuenta oficial de Instagram de EMDT tiene alrededor de 15.100 seguidores, habiendo realizado 66 publicaciones<sup>192</sup> –entre imágenes y vídeos, acompañados de texto–. Por lo tanto, el número de nuevos relatos que incorpora a la ficción es más que reseñable.



*Imagen 55.* Pantalla de inicio en la aplicación móvil de la cuenta oficial de EMDT en Instagram. Recuperada el 04/11/16.

<sup>192</sup> Al igual que el resto de redes sociales, estos datos pueden cambiar con el tiempo.

También, al igual que las anteriores redes sociales analizadas, permite la interacción con los seguidores de esta cuenta oficial. Cada publicación de imagen fija o vídeo viene acompañada de un breve texto que explica la misión que se ha llevado a cabo y el nombre del agente que la ha realizado. Tras esto, los usuarios pueden comentar todo aquello que se les antoje, obteniendo así la parte del canon de la ficción, una importante retroalimentación por parte del fandom.

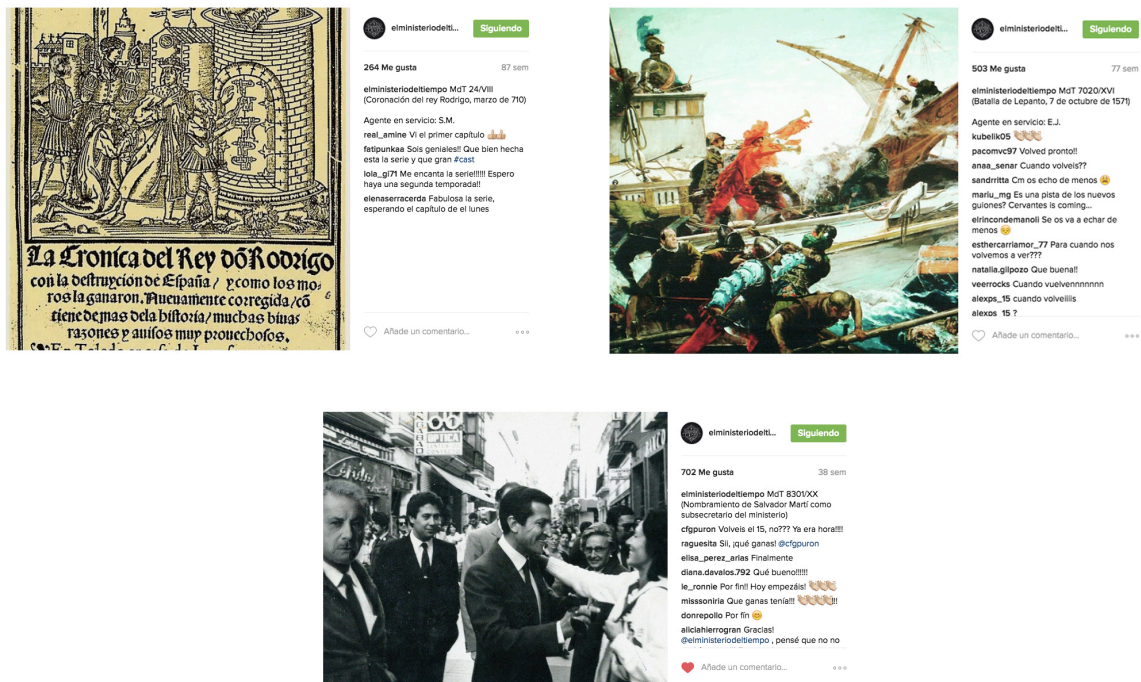


Imagen 56. Ejemplos de contenido de la cuenta oficial de EMDT en Instagram. Obtenidos de <https://www.instagram.com/elministeriodeltiempo/>. Recuperadas el 04/11/16.

<b>Contenido 1021</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
SÍ	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
SÍ	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
SÍ		No	X
Tipo de contenido			
Vídeo			
Imagen fija			
Texto			X
Audio			
Otro			X

Tabla 41, de elaboración propia. Análisis transmedia del contenido 'Foro oficial'.

Este contenido es el foro<sup>193</sup> oficial de EMDT –sito en la página web de RTVE–, el cual se define como ‘el foro sobre Historia de España para seguidores de las series de TVE’<sup>194</sup>. No obstante, no sólo se habla sobre Historia de España en él, sino que existen distintas secciones con una finalidad propia cada una de ellas:

- a) La cafetería del Ministerio. Este espacio está habilitado para comentar cualquier tema que no se encuentre en las otras secciones.
- b) Capítulos. Lugar para debatir y comentar cada uno de los capítulos de la serie.
- c) Los personajes. Esta sección está habilitada para dialogar acerca de los personajes y actores que los encarnan.
- d) Conserjería del Ministerio. Este apartado está acondicionado para dar información de la ficción, aportar quejas y datos técnicos.
- e) Documentación audiovisual. Lugar donde se publicarán fotos y vídeos de la serie, así como creaciones propias de los fans.

<sup>193</sup> Para acceder al foro oficial de EMDT, visitar el siguiente enlace: <http://forohistoria.rtve.es/viewforum.php?f=1>. Recuperado el 04/11/16.

<sup>194</sup> Esta cita ha sido obtenida del encabezado del foro oficial de EMDT. Para acceder a ella es necesario acudir al enlace mostrado en la nota al pie anterior, la número 82.

- f) Qué hubiera pasado si. Espacio donde se reflexiona acerca de los posibles cambios que habrían tenido lugar si la Historia no hubiese sucedido tal y como la conocemos.
- g) Los archivos del Ministerio. Comentarios sobre el cómo se hizo la serie, componentes del equipo, etc.
- h) La biblioteca del Ministerio: Lugar para aportar bibliografía para indagar más acerca de la Historia.

◊ Índice general · EL MINISTERIO DEL TIEMPO

**EL MINISTERIO DEL TIEMPO**

FORO	TEMAS	MENSAJES	ÚLTIMO MENSAJE
 <b>LA CAFETERÍA DEL MINISTERIO</b> El rincón para discutir, comentar y debatir cualquier tema que no pertenezca al resto de foros Moderadores: ViajeroEnElTiempo, mrivasalvarez, Agus, Pablo Lara Toledo	61	718	VELÁZQUEZ: Curso online gratu... por el limpiabotas ☰ Mié, 02 Nov 2016, 19:57
 <b>CAPÍTULOS</b> El rincón para debatir y opinar sobre cada capítulo Moderadores: ViajeroEnElTiempo, Agus, Pablo Lara Toledo	43	501	Re: Capitulo 21Cambio de tiem... por marianovalo ☰ Dom, 23 Oct 2016, 21:06
 <b>LOS PERSONAJES</b> Información y comentarios sobre personajes y los actores que los encarnan Moderadores: ViajeroEnElTiempo, mrivasalvarez, Agus, Pablo Lara Toledo	14	145	Re: Aura Garrido es Amelia Fo... por el limpiabotas ☰ Mar, 01 Nov 2016, 09:40
 <b>CONSERJERÍA DEL MINISTERIO</b> Información general de la serie, quejas y dudas técnicas. Moderadores: ViajeroEnElTiempo, mrivasalvarez, Agus, Pablo Lara Toledo	24	144	Re: Escenas fuera de lugar en... por joaomirari ☰ Jue, 20 Oct 2016, 10:29
 <b>DOCUMENTACIÓN AUDIOVISUAL</b> Las fotos y los vídeos sobre la serie y vuestras creaciones Moderadores: ViajeroEnElTiempo, mrivasalvarez, Agus, Pablo Lara Toledo	43	332	Re: FANFIC: "Viuda Negra" por UnIngenieroMas ☰ Mié, 26 Oct 2016, 18:45
 <b>QUE HUBIERA PASADO SI...</b> Un lugar para especular con posibles cambios en la Historia de España Moderadores: ViajeroEnElTiempo, mrivasalvarez, Agus, Pablo Lara Toledo	9	38	Guión MDT. El increíble torpe... por buendiarocks ☰ Dom, 16 Oct 2016, 08:20
 <b>LOS ARCHIVOS DEL MINISTERIO</b> Cómo se hizo la serie, el making-of, los componentes del equipo... Moderadores: ViajeroEnElTiempo, mrivasalvarez, Agus, Pablo Lara Toledo	16	34	Re: La Puerta del Tiempo - 6 ... por Nartex ☰ Mié, 04 May 2016, 07:52
 <b>LA BIBLIOTECA DEL MINISTERIO</b> Bibliografía histórica para profundizar en la Historia Moderadores: ViajeroEnElTiempo, mrivasalvarez, Agus, Pablo Lara Toledo	13	23	VELÁZQUEZ: Curso online gratu... por el limpiabotas ☰ Mié, 02 Nov 2016, 20:53

*Imagen 56.* Foro oficial de EMDT. Obtenida de <http://forohistoria.rtve.es/viewforum.php?f=1>. Recuperada el 04/11/16.

Se trata de un contenido muy interesante, ya que es una creación del canon para el fandom. Es decir, un espacio oficial donde se da visibilidad a los fans de la ficción, ya que pueden comentar cualquier aspecto relacionado con la serie o la historia a la que hace referencia. Del mismo modo, en la sección ‘documentación audiovisual’, se hace un llamamiento a los prosumidores para mostrar sus propios contenidos generados para la serie.



*Imagen 57.* Cabecera del foro oficial de EMDT. Obtenida de <http://forohistoria.rtve.es/viewforum.php?f=1>. Recuperada el 04/11/16.

Por todo esto, se considera que el foro oficial de EMDT es un paratexto del universo transmedia, ya que no puede ser considerado parte de ningún mundo narrativo. Esto se debe a que pese a que es un espacio oficial, el contenido interno del mismo no está controlado por el canon, sino que son los propios seguidores de la ficción los que lo generan.

<b>Contenido 1022</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
SI	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
Si	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
SI		No	X
Tipo de contenido			
Vídeo			X
Imagen fija			X
Texto			X
Audio			X
Otro			X

Tabla 42, de elaboración propia. Análisis del contenido transmedia 'Telegram'.

Este contenido es el chat oficial de Telegram de EMDT. Se trata de un grupo creado por RTVE donde se comparte información acerca de la ficción, por lo que debería entrar a formar parte del mundo narrativo del PDT.



Imagen 58. Grupo de Telegram de EMDT. Obtenido de la aplicación móvil Telegram. Recuperado el 04/11/16.

Con este contenido surge un problema, ya que no cuenta con material exclusivo ni original. Por lo que se está ante una transposición, puesto que se trata de contenido generado para otro medio y que es reutilizado en otro –sin ningún tipo de modificación–. Así que no expande el mundo narrativo del periodismo transmedia de EMDT.

Por ello, ya que su contenido trata sobre la ficción, se encuentra dentro del universo transmedia, pero en forma de paratexto y con muy poca relevancia –cuenta con 1747 usuarios en el grupo de EMDT–. Además, no parece ser un medio que sirva como punto de acceso a este universo, pues no es fácil encontrarlo, y sólo conociendo de su existencia se podrá acceder a él. En el caso de este análisis, se ha conocido de su existencia gracias a la siguiente publicación de Twitter:



*Imagen 59.* Captura de pantalla de la cuenta oficial de Twitter de EMDT, gracias a la cual se ha conocido de la existencia de la cuenta oficial de Telegram. Imagen obtenida de [https://twitter.com/mdt\\_tve/status/701831236399054850](https://twitter.com/mdt_tve/status/701831236399054850).

Recuperada el 04/11/16.



<b>Contenido 1023</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
Sí	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
Sí	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
Sí	X	No	
En caso afirmativo, ¿qué tipo de contenido nuevo aporta?			
Nuevas localizaciones		X	
Nueva información de personajes		X	
Nuevos personajes		X	
Ampliación de tramas		X	
Nuevas tramas		X	
Línea temporal		X	
¿Qué técnica expansiva utiliza?			
Elipsis			
Paraelipsis			
Flashback			
Flashforward			
Hueco narrativo		X	
Tipo de contenido			
Vídeo		X	
Imagen fija			
Texto			
Audio		X	
Otro			

Tabla 43, de elaboración propia. Análisis del contenido transmedia ‘Vídeos’.

Este contenido, denominado ‘Vídeos’<sup>195</sup>, son un conjunto de clips y vídeos que contienen algún tipo de información sobre EMDT, y es el apartado que más material proporciona al universo transmedia de esta serie televisiva –404 vídeos<sup>196</sup>–. En él se ven reflejados prácticamente todos los mundo narrativos que conforman el universo de la ficción, y supone tanto adición, como omisión, transmutación y permutación dentro del mismo. Esto se debe a que en una

<sup>195</sup> Para acceder a la sección ‘Vídeos’, visitar el siguiente enlace: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/el-ministerio-del-tiempo/>. Recuperado el 07/11/16.

<sup>196</sup> Este número puede variar con el paso del tiempo. Esta cifra ha sido recuperada el 07/11/16.

misma sección se encuentran vídeos que pertenecen a distintos tipos de comunicación, tal y como se pasa a explicar a continuación.



Imagen 60. Sección 'Vídeos' de EMDT. Captura de pantalla obtenida en

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/el-ministerio-del-tiempo/>. Recuperada el 07/11/16.

Antes de nada, es preciso aclarar que muchos de los contenidos que se han encontrado están repetidos –aparecen en otras partes de la web– y han sido analizados en puntos anteriores, por lo que no van a ser contemplados en este punto. Por ello, para llevar a cabo el estudio de este apartado, se han creado diferentes secciones donde se han organizado los vídeos dependiendo de su función comunicativa. De esta forma se han dividido en los siguientes apartados<sup>197</sup>:

- a) Información: son noticias relacionadas con EMDT. Dentro de esta sección se ha diferenciado entre 'noticias' y 'entrevistas'. Las primeras son informaciones al modo periodístico, y las segundas son conversaciones que mantienen dos o más personas en las que una de ellas pregunta acerca de un tema o varios al entrevistado. Todos estos

<sup>197</sup> Para conocer todos los contenidos y cómo se han dividido, ver anexo I –página 389– del presente estudio.

vídeos encontrados han sido emitidos en diferentes programas de TVE y RNE<sup>198</sup>. Suponen una adición al mundo narrativo del PDT.

- b) Publicidad: se trata de vídeos que pretenden comunicar diferentes aspectos de la ficción para intentar que ésta sea más visible y así llegar a la mayor parte de la audiencia posible. Suponen una transposición al mundo narrativo de la PT, ya que todos estos contenidos fueron emitidos por televisión anteriormente.
- c) Ficción: son aquellos contenidos que pertenecen al mundo narrativo de ficción de EMDT. Todos estos vídeos expanden el mundo narrativo de la ficción televisiva en todas las direcciones posibles, como los vídeos misiones en las que ha participado en el Ministerio o el audio de Martín Cerezo cuarenta años después de la batalla de Baler, entre otros. Incluso se vuelve a jugar con la realidad y la ficción, como es el caso de ‘FrikiLeaks’<sup>199</sup>, los vídeos que informan sobre el grupo secreto de WhatsApp del Ministerio y el ‘Curso online para patrulleros del Ministerio del tiempo’<sup>200</sup>. Todos estos materiales suponen una adición al mundo de la NT.
- d) Paratextos: se refiere a aquellos contenidos que no pertenecen a ningún mundo transmedia específico de EMDT, pero que sí que forman parte del universo de la serie. Suponen tanto omisiones de contenido –los resúmenes de los capítulos, también llamados ‘La antesala del Ministerio’–, como permutaciones –crossover con las series de TVE ‘Olmos y Robes’ y ‘Cuéntame cómo pasó’ y la parodia de Salvador Martí cantando una canción de Julio Iglesias–.
- e) Clips de vídeo: contenido directamente obtenido de otros vídeos ya emitidos tanto en televisión como en la propia web de EMDT. Suponen una omisión de información. Al igual que los clips de vídeo analizados con anterioridad, pertenecen al mundo narrativo de la PT

---

<sup>198</sup> Radio Nacional de España.

<sup>199</sup> Se trata de un contenido en el que un grupo terrorista ha accedido a la red informática del Ministerio. De esta forma se da nueva información a los espectadores sobre distintos aspectos de Institución y su trabajadores. Consta de seis capítulos emitidos durante el transcurso de algunos programas de ‘La puerta del tiempo’.

<sup>200</sup> Son cuatro capítulos en los que los personajes Salvador, Ernesto e Irene dan una serie de pautas a los futuros agentes del Ministerio.

por su capacidad de ejercer como ejemplos del producto final para su posterior venta –tanto del formato como de la serie ya finalizada–.

- f) Información o reportaje histórico: se trata de contenidos que tienen que ver con EMDT pero narran la parte histórica real que hace posible el relato de ficción. Suponen una adición para el mundo narrativo del DHT.
- g) Making of: son vídeos que cuentan cómo se realiza la serie de ficción o cualquiera de los productos que pertenecen al universo transmedia de la misma. Suponen también una adición de información, formando parte del mundo narrativo del DPT.

Los últimos 404 programas de **El Ministerio del Tiempo**

Temporadas: Todas << < T1.T2 > >>

Secciones: Todas | Cómo se hizo | La Puerta del Tiempo | Mejores momentos | Reportajes históricos | Webserie

Buscar por:

Título:  Mes: Elegir mes Año: Elegir año Tipo: Cualquiera Buscar Limpiar

Título	Tipo	Duración	Popularidad	Fecha
'El Ministerio del Tiempo', la nueva serie de TVE	Fragmento	1:12	<div style="width: 20%;"></div>	18 nov 2014
Arranca el rodaje de "El ministerio del tiempo"	Fragmento	1:16	<div style="width: 20%;"></div>	18 nov 2014
Primera promo de 'El ministerio del tiempo'	Avance	00:28	<div style="width: 20%;"></div>	18 ene 2015
Tráiler de 'El Ministerio del Tiempo'	Avance	1:48	<div style="width: 20%;"></div>	27 ene 2015
Cuenta atrás para 'El Ministerio del Tiempo'	Avance	00:29	<div style="width: 20%;"></div>	02 feb 2015
El ministerio del tiempo, nueva serie en TVE	Reportaje	3:58	<div style="width: 20%;"></div>	03 feb 2015
'El ministerio del tiempo', en los Goya 2015	Entrevista	3:27	<div style="width: 20%;"></div>	07 feb 2015
No ganamos la Copa del Mundo 2010	Avance	00:37	<div style="width: 20%;"></div>	17 feb 2015
Promo del primer capítulo	Avance	00:24	<div style="width: 20%;"></div>	17 feb 2015
Los efectos digitales de 'El Ministerio del Tiempo'	Fragmento	1:12	<div style="width: 20%;"></div>	17 feb 2015
Julio Iglesias nunca se convirtió en cantante	Avance	00:32	<div style="width: 20%;"></div>	18 feb 2015
La música de la cabecera de 'El Ministerio del Tiempo'	Fragmento	1:03	<div style="width: 20%;"></div>	18 feb 2015
El Ministerio del Tiempo - Promo del primer capítulo: Alonso Entreríos	Avance	00:25	<div style="width: 20%;"></div>	18 feb 2015

Imagen 61. Captura de pantalla del modo en que están organizados los vídeos en este apartado. Imagen obtenida de <http://www.rtve.es/alacarta/videos/el-ministerio-del-tiempo/>. Recuperada el 07/11/16.

Todos estos contenidos pueden organizarse en la web oficial de EMDT por nombre –alfabéticamente–, por popularidad –de los más vistos a los menos vistos– y por fecha –cronológicamente, por orden de emisión–. Para este análisis se ha decidido hacer cronológicamente, para seguir el orden de emisión de cada uno de ellos.

<b>Contenido 1024</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
SÍ	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
SÍ	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
SÍ		No	X
Tipo de contenido			
Vídeo			
Imagen fija			X
Texto			X
Audio			
Otro			X

Tabla 44, de elaboración propia. Análisis transmedia del contenido ‘Tumblr’.

Este contenido hace referencia al blog oficial de EMDT en la red social Tumblr, donde se observan tanto imágenes como gifs obtenidos directamente de la serie emitida por televisión. Tampoco resulta sencillo acceder a este contenido, ya que no existe ningún enlace directo a este blog desde el sitio web oficial de la ficción. Se ha conocido de su existencia gracias al vídeo ‘El universo transmedia del ‘El Ministerio del tiempo’<sup>201</sup>.



Imagen 62. Captura de pantalla del blog oficial en Tumblr de EMDT. Obtenida en <http://ministeriodeltiempo.tumblr.com/>. Recuperada el 08/11/16.

<sup>201</sup> Para visualizar este vídeo, visitar el siguiente enlace: <http://www.rtve.es/alcarta/videos/el-ministerio-del-tiempo/universo-transmedia-ministerio-del-tiempo-the-department-of-times-transmedia-universe/3412302/>. Recuperado el 08/11/16.

Una vez se ha accedido a esta red social, todos los contenidos que aparecen en él suponen una transposición, ya que cuentan lo mismo que se ha visto en la ficción televisiva pero a través de otro soporte. Se aprecia, por ejemplo, cómo mediante gifs con subtítulos, se transcriben escenas de alguno de los capítulos, o se muestran partes de secuencias de los mismos. Por lo tanto, también representa una omisión de contenido, pues muestra pequeñas partes de los relatos.

Estos contenidos no se pueden inscribir dentro de ninguno de los mundos narrativos observados en el universo transmedia de EMDT, por lo que este blog oficial en Tumblr a formar parte de los paratextos del mencionado universo.

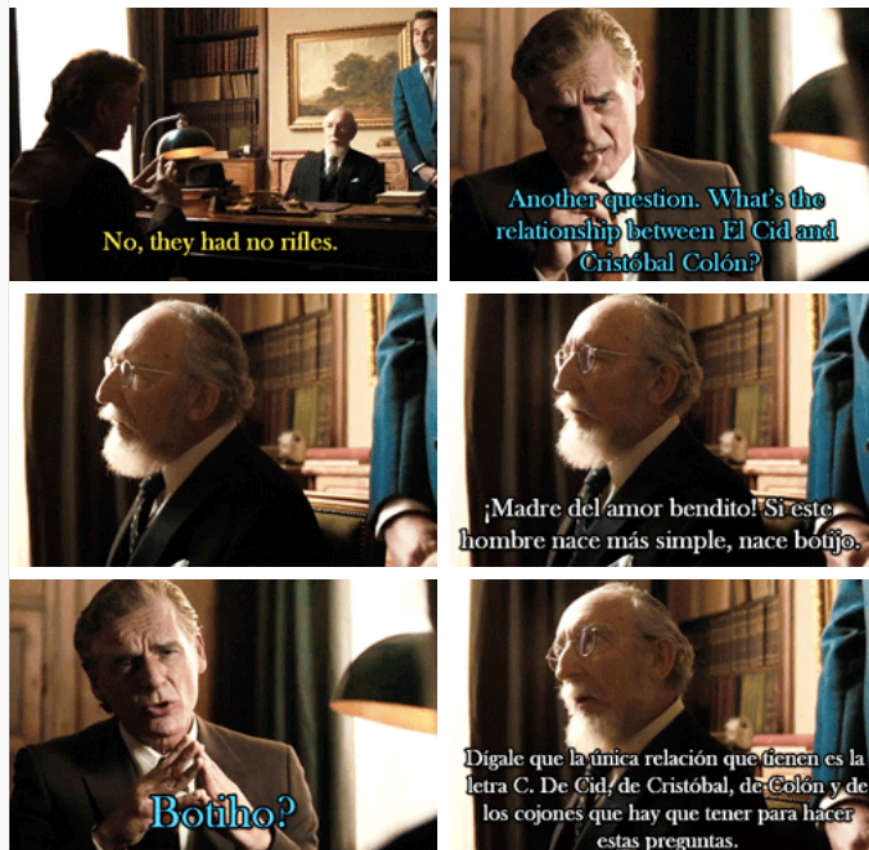


Imagen 63. Ejemplo de los contenidos del blog oficial de Tumblr de EMDT. Imagen obtenida de <http://ministeriodeltiempo.tumblr.com/>. Recuperada el 08/11/16.

<b>Contenido 1025</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
SÍ	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
SÍ	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
SÍ	X	No	
En caso afirmativo, ¿qué tipo de contenido nuevo aporta?			
Nuevas localizaciones		X	
Nueva información de personajes		X	
Nuevos personajes		X	
Ampliación de tramas			
Nuevas tramas		X	
Línea temporal		X	
¿Qué técnica expansiva utiliza?			
Elipsis			
Paraelipsis			
Flashback			
Flashforward			
Hueco narrativo		X	
Tipo de contenido			
Vídeo			
Imagen fija			
Texto		X	
Audio			
Otro			

Tabla 45, de elaboración propia. Análisis del contenido 'El tiempo es el que es'.

Este contenido es una novela de 320 páginas titulada 'El tiempo es el que es', escrita por Anaïs Schaaff y Javier Pascual. La primera es la coordinadora de guion y guionista de algunos capítulos de la primera y la segunda temporada EMDT. Por su parte, Javier Pascual ha sido guionista de esta ficción durante la segunda temporada.

La novela cuenta una parte de la historia de EMDT en forma de tres relatos, que se sitúan entre los capítulos diecinueve y veinte de la serie de televisión. El título de la primera parte es 'El conde del tiempo', el de la segunda es 'Después



del buen tiempo, la tempestad', y por último, la tercera parte ha sido titulada como 'Tiempo de espías'. En la primera parte los tres protagonistas viajan al siglo IX tras recibir una llamada de auxilio de un ex-agente del ministerio, la cual se ha encontrado dentro un códice. En la segunda parte, tras escapar del siglo IX, la patrulla viaja por error a Cartagena de Indias. Allí consiguen embarcar en un galeón, pero un extraño robo de 250 escudos de oro pone a 'Alonso' en el punto de mira del capitán. Además, durante la travesía descubren que un importante personaje para la Historia de España, que permanece en el anonimato, viaja con ellos y tendrán que salvarle la vida: la 'Monja Alférez'. En la tercera parte descubrimos que Franco no conocía la existencia del Ministerio, por lo que durante la dictadura, esta Institución no tuvo mucha actividad. La última parte del libro muestra también cómo 'Lola Mendieta' era una espía al servicio de lo aliados durante la Segunda Guerra Mundial. Durante una misión es apresada cuando realmente no debería de haberlo sido, y la patrulla, junto con Ernesto, tendrá que liberarla y salvarla de una más que segura muerte.

Se trata, pues, de un contenido de ficción que expande el mundo narrativo en varias direcciones:

- a) Nuevas localizaciones. España del siglo IX –año 808–, Cartagena de Indias en 1603 –confirmando la posibilidad de viajar fuera de la península Ibérica–, Canfranc, Jaca, un pueblo de Francia, el campo de concentración de Gurs y Huelva, todas ellas en el año 1943. Por lo tanto, también se descubre que los agentes del Ministerio pueden desarrollar misiones fuera de territorio español. Eso sí, existiendo la posibilidad de no poder regresar si son capturados.
- b) Nueva información de personajes. Esta novela deja totalmente claros los sentimientos entre 'Amelia' y 'Julián'. Además, se conoce a los personajes en mayor profundidad, como por ejemplo, de dónde proviene 'Lola Mendieta' y cómo empezó su labor para el Ministerio.
- c) Nuevos personajes:
  - o Parte uno. Enrique Asenjo Martínez (fotógrafo) y Elías Estoca (ex-agente del ministerio que se hace pasar por Bernardo del Carpio).

- Parte dos. Se nombra a Blas de Lezo como agente del ministerio – aunque ya aparece en algún capítulo emitido en televisión–, Esteban Eguiño –capitán del galeón San Andrés–, Toribio de Alcaraz y su esposa Elvira –negreros–, Pedro Romero –contramaestre del galeón–, Gil de la Torre –maestre de víveres–, Luis Fernández de Córdova –Capitán General de la Flota– y Paquito –grumete que más tarde se descubrirá como Catalina de Erauso, la 'Monja Alférez'–.
  - Parte tres. Albert Le Lay –jefe de la estación de Canfranc y miembro de la resistencia francesa–, John Roberts Martínez –espía al servicio de los aliados–, Tobías Krause –miembro de las SS–, Fermín Seisdedos –subsecretario del Ministerio en 1943–, Agapito Ibarbia –funcionario del Ministerio en Jaca durante el año 1943–, José Luis García Berlanga –coinciden con él en el tren–, padre Iñaki de Aizpiazu –en el campo de concentración de Gurs–, Paco 'El Falso' –falsificador de documentos en Huelva–, y Ewn Montangu –del servicio secreto MI5, que diseña planes para engañar a los Nazis–.
- d) Nuevas tramas. definidas en la sinopsis.
- e) Línea temporal. historia del Ministerio durante los capítulos diecinueve y veinte de la ficción emitida por televisión.

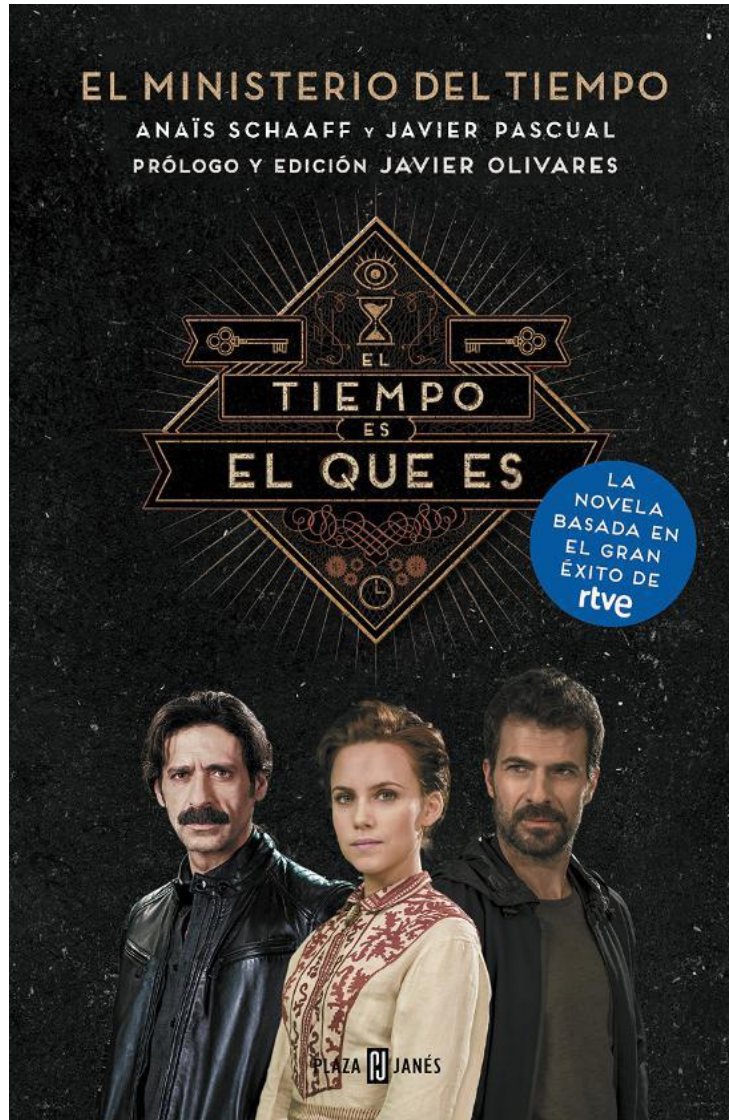


Imagen 63. Portada de la novela 'El tiempo es el que es'.

Tras el análisis de este texto se puede afirmar que se trata de un claro ejemplo de lo que debe ser un contenido que forme parte de la NT de cualquier historia de ficción. Proporciona una expansión narrativa más que considerable, suponiendo, como no puede ser de otra manera, una adición al universo transmedia y, en concreto, al mundo narrativo que se encarga de la ficción, la NT.

<b>Contenido 1026</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
SÍ	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
SÍ	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
SÍ		No	X
Tipo de contenido			
Vídeo			
Imagen fija			
Texto		X	
Audio			
Otro			

Tabla 46, de elaboración propia. Análisis del contenido transmedia ‘Curiosidades de la Historia con ‘El Ministerio del tiempo’.

Se está de nuevo ante un libro que pertenece al universo transmedia de EMDT, titulado ‘Curiosidades de la Historia con ‘El Ministerio del tiempo’. En este caso no se trata de una novela de ficción como el contenido anterior, sino que es un libro que cuenta determinadas partes de la Historia de España, así como datos curiosos de la misma durante todas sus épocas, desde la prehistoria hasta la transición.

Algunos de los capítulos de este libro cuentan partes de la Historia que hacen referencia a personajes históricos que han aparecido en EMDT, así como de algunas de las tramas que aparecen en la serie de televisión.

Por su lado, también se relatan otras partes de la Historia de España que no aparecen en la propia ficción. Por esta razón, podría decirse que al tratarse de un tema tan basto y lleno de historias, como es la Historia de España, cualquier texto que cuente parte de ella podría llegar a ser considerado como parte del universo transmedia de EMDT. Pero no es así, ya que este libro se tiene en

cuenta como parte del mismo ya que está basado en la serie de TVE y encargado por el creador de la ficción –Javier Olivares– y RTVE<sup>202</sup>.

Este texto supone una adición, generando una expansión de la historia de EMDT muy amplia –mediante personajes, tramas y línea temporal–. Pese a no tratarse de un producto de ficción, si que se combina muy bien con el desarrollo de la serie emitida por televisión, así como con el resto de contenidos del mundo narrativo transmedia. No obstante, al ser un libro histórico, pertenece al mundo narrativo del DHT de EMDT.

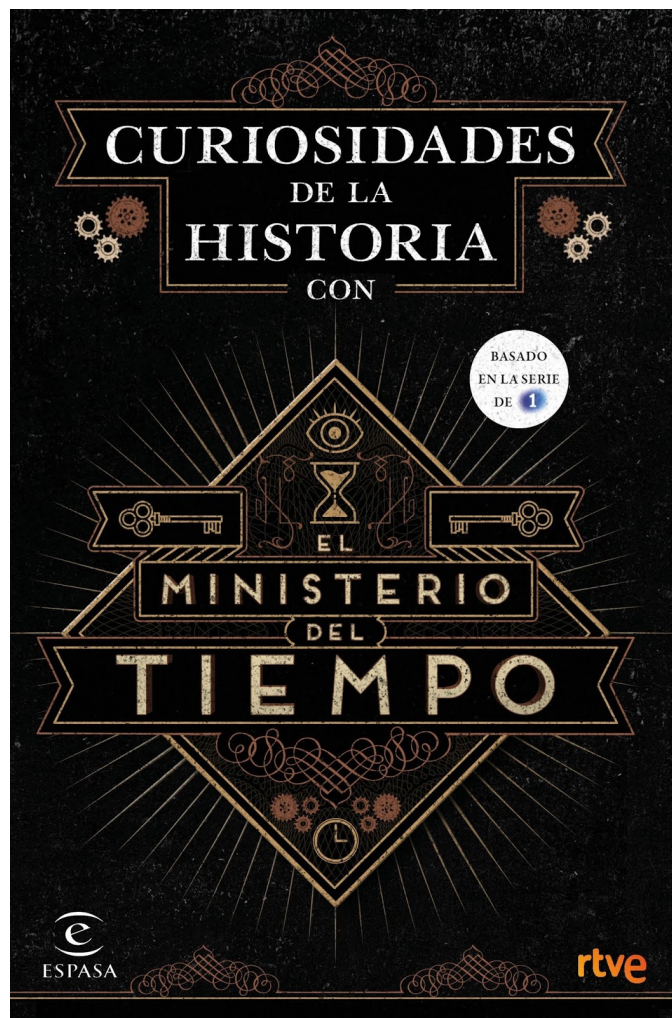


Imagen 64. Portada de el libro 'Curiosidades de la historia con 'El Ministerio del tiempo'.

<sup>202</sup> Información obtenida del contenido 'Curiosidades de la historia con 'El Ministerio del Tiempo'', accesible a través de este enlace: <http://www.rtve.es/alcarta/audios/la-noche-en-vela/noche-vela-curiosidades-historia-ministerio-del-tiempo/3646346/>. Recuperado el 09/11/16.

<b>Contenido 1027</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
SÍ	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
SÍ	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
SÍ		No	X
Tipo de contenido			
Vídeo			X
Imagen fija			X
Texto			X
Audio			
Otro			X

Tabla 47, de elaboración propia. Análisis transmedia del contenido 'DVD/Blue Ray'.

Este contenido es el DVD/Blue Ray de la primera y de la segunda temporada de la serie de televisión, en los que se pueden reproducir todos capítulos de ambas. Además de esto, también cuentan con diversos contenidos extras, los cuales no son originales, sino que ya han sido publicados tanto en la página web como en televisión.

Por lo tanto, este contenido supone un transposición, pues todos los contenidos son sacados de su soporte original para formar parte de estas ediciones de DVD y Blue Ray.



Imagen 65. Carátulas del Blue Ray de la primera y la segunda temporada de EMDT.

<b>Contenido 1028</b>			
¿Se encuentra en un medio diferente al del medio estrella?			
Sí	X	No	
¿Expande el universo transmedia de EMDT?			
Sí	X	No	
¿Aporta algo diferente, único y valioso para el mundo narrativo de ficción? ¿Lo expande?			
Sí	X	No	
En caso afirmativo, ¿qué tipo de contenido nuevo aporta?			
Nuevas localizaciones			
Nueva información de personajes			
Nuevos personajes			
Ampliación de tramas			
Nuevas tramas		X	
Línea temporal			
¿Qué técnica expansiva utiliza?			
Elipsis			
Paraelipsis			
Flashback			
Flashforward			
Hueco narrativo			
Tipo de contenido			
Vídeo			
Imagen fija			
Texto			
Audio			
Otro		X	

Tabla 48, de elaboración propia. Análisis del contenido 'WhatsApp'

Este último contenido es un grupo dentro de la aplicación para *smartphone* WhatsApp, formado por diez fans de EMDT, quienes reciben “contenido exclusivo o en primicia de la serie y conocerán desde dentro el trabajo en torno a la serie” (Pimentel, 2016).

Este es un contenido de ficción especial, pues sirve como puente entre la realidad y la ficción, ya que en a través de este medio los fans pueden interactuar con Aurelio Pimentel –administrador del grupo– y recibir información de algunos de los personajes de la ficción, como Irene y Ernesto.

La realidad y la ficción se mezclan, generando un compromiso por parte de los seguidores mucho mayor. Estos, a su vez, deben mantenerse activos para poder seguir formado parte de este pequeño grupo. En caso contrario, serán expulsados del mismo, dando paso a nuevos integrantes.

Se considera este contenido como una nueva trama, ya que los participantes del grupo tienen la misión de propagar por las redes la información que se les aporta desde la aplicación, como si fuesen agentes del Ministerio encargados de la redes sociales. De esta forma, estos colaboradores entran a formar parte del mundo narrativo de EMDT, uniendo así el canon y el fandom.



### 14.3. Resultados

Una vez analizado todo el material oficial perteneciente a EMDT, se procede a mostrar los resultados obtenidos. Primero se va a mostrar cuál es la catalogación final de los mismos, para así poder observar qué estrategia es la más utilizada para crear contenido transmedia en esta serie de televisión. Una vez revelado esto, se va a exponer cuál es el universo transmedia esta ficción y, para finalizar, se determinarán los diferentes sistemas narrativos que lo componen con sus respectivos contenidos.

#### 14.3.1. Catalogación de los contenidos

	CONTENIDO <sup>203</sup>	ADICIÓN	OMISIÓN	TRANSPOSICIÓN	PERMUTACIÓN
EL MINISTERIO DEL TIEMPO	1001	-	-	-	-
	1002		X		
	1003	X			
	1004		X		
	1005	X			
	1006	X			
	1007	X			
	1008			X	
	1009	X			
	1010	X			
	1011	-	-	-	-
	1012	X			
	1013	X			
	1014	X			
	1015	X			
	1016	X			
	1017	X			
	1018	X			
	1019	X			
	1020	X			
	1021	X			
	1022				X
	1023	X	X		X
	1024				X
	1025	X			
	1026	X			
	1027				X
	1028	X			

Tabla 48, de elaboración propia. Catalogación de los contenidos de EMDT.

<sup>203</sup> La lista de contenidos analizados puede ser consultada en el anexo 1, página 389.

Claramente, tal y como se puede observar en la tabla anterior, la estrategia más utilizada en EMDT es la adición de información. Esto se debe a que, de esta manera, se aumenta la información que el espectador/usuario tiene del mundo narrativo al que pertenezca cada contenido y, por consiguiente, del universo transmedia.

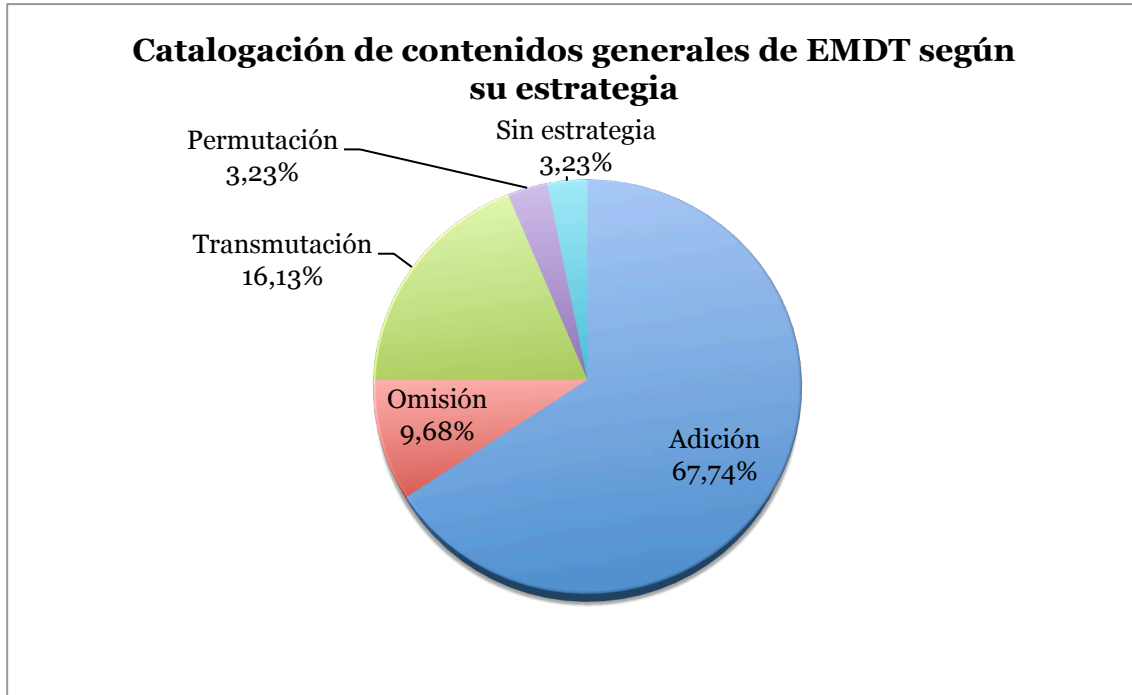
Se puede ver que cada uno de los contenidos generales utiliza una sola estrategia de creación de nuevo material, excepto el contenido 1023 –‘Vídeos’–. Esto es así ya que, tal y como se ha explicado en su análisis individualizado, en esa sección de la página web oficial de la serie se puede encontrar contenido de todo tipo. En cuanto al contenido 1021, no supone ningún tipo de estrategia narrativa, lo cual está explicado en el análisis anterior.

Por lo tanto, se han encontrado un total de 28 contenidos generales, pero se debe tener en cuenta que el ‘contenido 1023’ supone los cuatro tipos de estrategia narrativa. Por ello, para poder hallar correctamente los porcentajes, los contenidos generales se contarán como 31. De estos, 21 –contando los capítulos originales emitidos en televisión– suponen adición, 3 suponen omisión, 5 suponen transposición, 1 supone permutación y 1 no supone ningún tipo de estrategia. Al medir estos datos de forma cuantitativa, los resultados que se obtienen son los siguientes:

- a) La adición supone el 67,74% de los contenidos generales.
- b) La omisión supone el 9,38% de los contenidos generales.
- c) La transposición supone el 18,75% de los contenidos generales.
- d) La permutación supone el 3,23% de los contenidos generales.
- e) Por último, el 3,23% de los contenidos generales oficiales no suponen ningún tipo de estrategia narrativa de las señaladas anteriormente<sup>204</sup>.

---

<sup>204</sup> Esto se debe a que se trata de un contenido, el ‘foro oficial’, que está creado para la disertación de los fans, y no genera ningún tipo de contenido de carácter oficial.

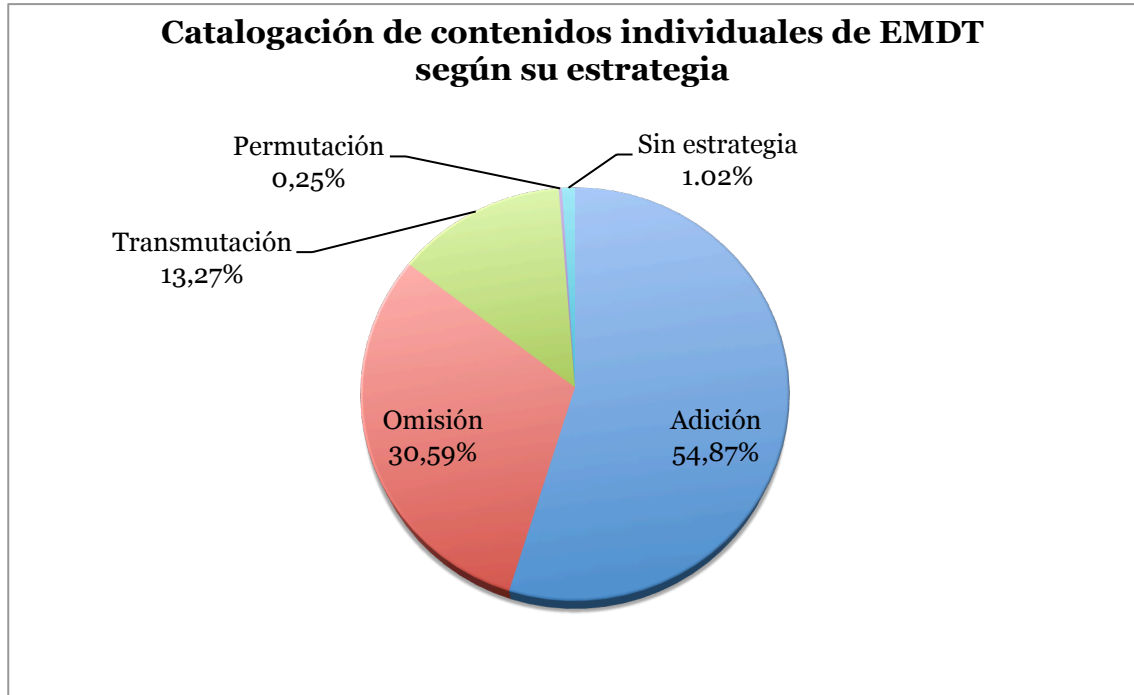


Gráfica 2, de elaboración propia. Catalogación de los contenidos generales de EMDT según su estrategia.

Estos datos son los aportados al cuantificar los contenidos generales, es decir, todos los contenidos agrupados por secciones propuestas en el sitio web oficial de EMDT. Para poder obtener unos datos aún más fiables, es necesario cuantificar todos los contenidos individuales. Para ello se han utilizado los datos que aporta sobre el número de estos materiales el anexo I<sup>205</sup>. La suma total de contenidos individuales oficiales de EMDT encontrados es de 791 –sumando los 21 capítulos emitidos en directo por televisión–, divididos de la siguiente forma:

- a) Adición: 434 contenidos individuales –54,87%–.
- b) Omisión: 242 contenidos individuales –30,59%–.
- c) Transposición: 105 contenidos individuales –13,27%–.
- d) Permutación: 2 contenidos individuales –0,25%–.
- e) Sin estrategia narrativa: 8 contenidos individuales –1,01%–.

<sup>205</sup> Las cuentas de Twitter –más de 16.000 publicaciones que se actualizan cada día–, Tumblr, Telegram y WhatsApp, se cuentan como un solo contenido pese a la gran cantidad de publicaciones con las que cuenta cada uno. Esto se ha decidido de esta manera debido a la gran dificultad para cuantificar tal cantidad de contenido. De esta manera se considera a estas redes sociales como un único contenido repleto de diferentes informaciones. El foro oficial y la cuenta de Facebook se dividen en tantos contenidos como secciones tienen. En el caso de Facebook, si que se han cuantificado los vídeos con los que cuenta



Gráfica 3, de elaboración propia. Catalogación de los contenidos individuales de EMDT según su estrategia.

Como se puede comprobar, al medir cuantitativamente los contenidos individuales que forman parte del universo transmedia de EMDT, los porcentajes cambian de manera notable. La adición sigue siendo la estrategia más utilizada para crear contenidos, lo cual es lógico teniendo en cuenta que se trata de un proyecto transmediático. Se puede observar, también, cómo los contenidos que presentan una estrategia de omisión aumentan de un 19% a un 31%, ya que pese a no contar con muchas secciones de contenidos generales, si que existe mucho material compresivo –clips de vídeo y fotogramas de la serie–.

La transposición sólo está representada en un 13% de los contenidos, perdiendo un 6% de impacto con respecto a los contenidos generales. Por su lado, tanto los contenido con una estrategia de permutación –0,25%– como los que no tienen ningún tipo de estrategia para el canon oficial –1%– son prácticamente irrelevantes. Entre ambas estrategias suman 10 contenidos de los 791 con lo que cuenta EMDT.

Por lo tanto, la técnica más usada en esta serie de ficción, es la adición, la cual, tal y como se ha visto en el marco teórico de esta investigación, ha de ser la principal estrategia de creación de contenidos en todo proyecto transmedia. Esto se debe a que es la única que proporciona nueva información a los diferentes mundos narrativos, ampliando los mismos y haciendo que los espectadores/usuarios se vean beneficiados con ello, pues generan una gran riqueza narrativa.

Por lo tanto, se puede decir que EMDT es un claro ejemplo de cómo llevar a cabo un proyecto de estas características, pues la mayor parte de sus contenidos proporcionan nuevos datos de interés para engrandecer su universo transmedia.

### 14.3.2. Universo transmedia de ‘El Ministerio del tiempo’

Como ya se ha explicado en el capítulo de metodología, el universo transmedia se ha dividido en medios y plataformas offline, online y Web 2.0. Tras analizar los contenidos generales e individuales de la ficción, el resultado ha sido el siguiente:

MEDIO/PLATAFORMA	EL MINISTERIO DEL TIEMPO
OFFLINE	
Libro / Novela	X
Obra de teatro	
Película	
Serie TV	X
Spot/tráiler	X
DVD/Blue Ray	X
Radio	X
Publicaciones periódicas	
Cómic	
Videojuego	
Evento	X

Tabla 49, de elaboración propia. Universo transmedia *offline* de EMDT

Como se puede apreciar, existe una amplia expansión de contenidos a través de diferentes medios offline, es decir, aquellos que no necesitan de conexión a internet para poder ser visualizados por los espectadores. El total de contenidos individuales de este tipo es de 68, lo que supone un 8,61% de todos los materiales. De entre todos ellos destacan los 21 capítulos emitidos por televisión, pues suponen el epicentro de este universo, ejerciendo a su vez como medio estrella del mundo NT.

MEDIO/PLATAFORMA	EL MINISTERIO DEL TIEMPO
ONLINE	
Página Web	X
Info. General	X
Recaps	X
Clips de vídeo	X
Info. Personajes	X
Blog	X
Podcast	X
Fotos	X
Entrevistas	X
Avances	X
Making Of	X
Documentación	X
Capítulos en streaming	X
A la carta	X
Spot/tráiler	X
Websodios	X
Mobisodios	
Webs "falsas"	
Videjuego Online	X
Twittersodios	
Espacio fan	X
Realidad Virtual	X
Contenido interactivo	X
Tienda Online	X

*Tabla 50, de elaboración propia. Universo transmedia online de EMDT.*

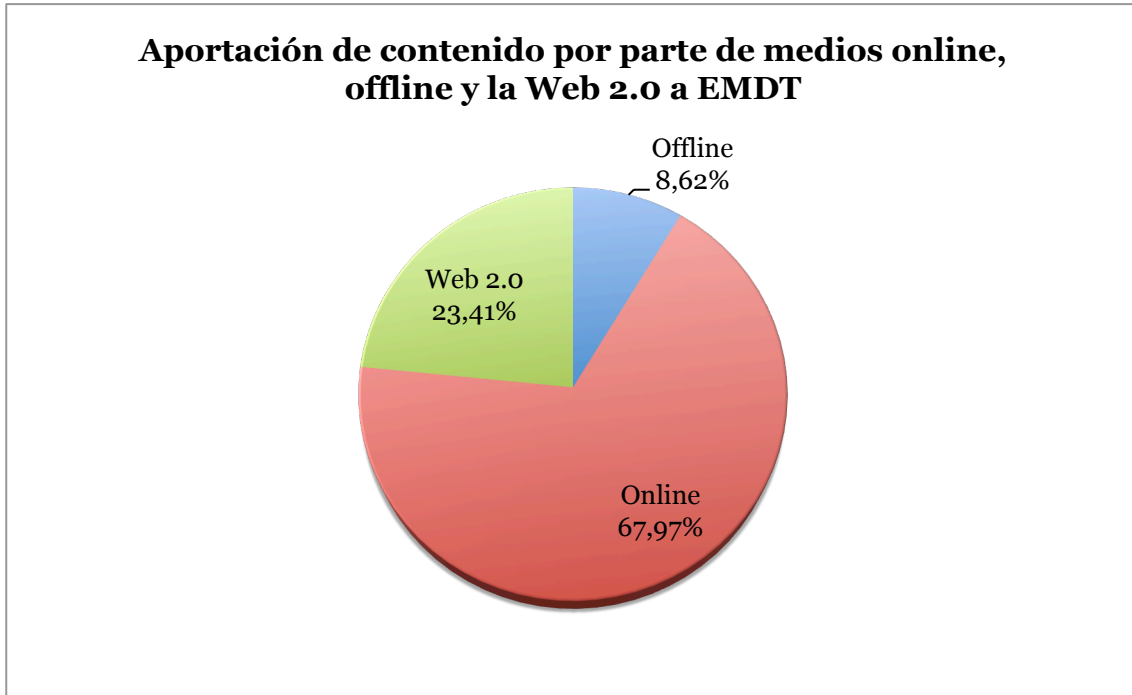
Como se puede observar a simple vista, el contenido online –perteneciente a la Web 1.0– que compone el universo transmedia de EMDT es mucho más

amplio que el offline. Cuenta con 21 plataformas distintas que proporcionan diferentes contenidos a dicho universo, sumando una total de 537 contenido individuales. Esto supone un 67,97% del total, lo cual es una cantidad nada desdeñable, y lo convierte automáticamente en el medio que más contenidos aporta a EMDT.

MEDIO/PLATAFORMA	EL MINISTERIO DEL TIEMPO
WEB 2.0	
Foro	X
Comentarios	
Encuestas	X
Concursos	
Redes sociales:	X
Watshap	X
Spotify	
Facebook	X
Youtube	
Telegram	X
Instagram	X
Twitter	X
Line	
Pinterest	
Google +	
Tumblr	X

*Tabla 51*, de elaboración propia. Universo transmedia en la Web 2.0 de EMDT.

Por último, la Web 2.0 también suministra material a este universo, aportando en este caso 9 plataformas distintas. El número total de contenido individual que éstas generan es de 185, lo cual supone el 23,41% del total. Con todo esto, la gráfica que se desprende de los datos obtenidos es la siguiente:



Gráfica 4, de elaboración propia. Aportación de contenido por parte de medios *online*, *offline* y la Web 2.0 a EMDT.

Queda claro, pues, que los contenidos online dominan sobre el resto claramente y, por supuesto, Internet –online más Web 2.0– es el medio que más contenido genera con un 91% de aportación. No obstante, cabe recordar que es el medio offline el que cuenta con el medio estrella de todo este gran universo transmedia, la serie de televisión.

### **14.3.3. Mundos narrativos de ‘El Ministerio del tiempo’**

Tal y como se ha propuesto en el marco teórico, los universos transmediáticos se componen de mundos narrativos que pertenecen a distintos tipos de comunicación. De esta forma se pretende crear una organización mucho más certera de este tipo de proyectos, diferenciando cada contenido e integrándolos en el lugar que les corresponde. Considerar a todo contenido como transmedia es válido, siempre que cumpla con las características necesarias, pero no todo el material existente acerca de un tema en concreto es NT.



Como se ha explicado, la NT hace referencia tan solo a los contenidos de ficción. Por esta razón, no todos los contenidos pueden estar comprendidos en un mismo mundo narrativo. Una diferenciación de éstos es necesaria para poder discernir cómo se expanden y qué parte de la historia cuentan. Todos los contenidos orbitan alrededor de un tema común narrando partes diferentes del mismo, creando así sistemas narrativos bien diferenciados.

Esto se puede ver claramente reflejado tras analizar el caso de EMDT. El universo transmedia creado alrededor de esta ficción es enormemente complejo. Han sido encontrados ocho mundos narrativos distintos: narrativa transmedia –NT–, documental histórico transmedia –DHT–, publicidad transmedia –PT–, marketing transmedia –MT–, documental de producción transmedia –DPT–, periodismo transmedia –PDT–, juego *online* –JO– y paratextos –PA–. En la siguiente tabla se muestran los contenidos generales pertenecientes a cada uno de los sistemas narrativos que forman el universo transmedia de EMDT:

	CONTENIDO	NT	DHT	PT	MT	DPT	PDT	JO	PA
EMINISTERIO DEL TIEMPO	1001	X							
	1002			X					
	1003		X						
	1004			X					
	1005					X			
	1006						X		
	1007					X			
	1008								X
	1009	X							
	1010		X					X	
	1011				X				
	1012						X		
	1013	X							
	1014	X							
	1015	X							
	1016	X						X	
	1017						X		X
	1018							X	
	1019							X	
	1020	X							
	1021								X
	1022							X	
	1023	X	X	X			X	X	X
	1024								X
	1025	X							
	1026		X						
	1027								X
	1028	X							

Tabla 52, de elaboración propia. Universo transmedia de EMDT.

Cada uno de estos mundos narrativos cuenta con diferentes materiales textuales, aportando, cada uno de ellos, nueva información acerca de EMDT. En cada caso, estas aportaciones serán diferentes:

- a) Narrativa transmedia –NT–: todos los contenidos de ficción que narran la historia del Ministerio del tiempo y sus personajes.
- b) Documental histórico transmedia –DHT–: aquí se encuentran los contenidos que hablan de la Historia real en la que se basan los relatos de la ficción.
- c) Publicidad transmedia –PT–: todos aquellos contenidos que publicitan los productos del universo transmedia de EMDT.
- d) Marketing transmedia –MT–: en este mundo narrativo se engloban los materiales textuales pertenecientes a la mercadotecnia de EMDT.
- e) Documental de producción transmedia –DPT–: los contenidos pertenecientes a este mundo narrativo son aquellos que cuentan cómo se hizo la ficción –*making of*–.
- f) Periodismo transmedia –PDT–: los contenidos que informan, al modo periodístico, acerca de cualquier tema del universo transmedia de EMDT.
- g) Juegos online –JO–: son los contenidos online que pueden ser jugados.
- h) Paratextos –PA–: todos los materiales pertenecientes al universo transmedia de EMDT que no pueden insertarse en cualquiera de los anteriores mundos narrativos serán paratextos.

Al observar la tabla se evidencia cómo hay algunos contenidos generales que entran a formar parte de diferentes mundos narrativos. Esto se debe a que las secciones en las que se articula la web oficial de EMDT, cuentan con distintos contenidos y, como se ha explicado, es la forma en la que se ha llevado a cabo el análisis. Es decir, cada uno de estos apartados tiene diferentes contenidos que, en algunos casos, pertenecen a distintos sistemas transmediáticos. Por lo tanto,

estos mundos narrativos estarían compuestos de los siguientes contenidos individuales<sup>206</sup> :

Contenido	Narrativa transmedia
	Serie TV (medio estrella)
	1001
	1009
	1013
	1014
	1015
	1016a
	1020
	1023c
	1025
1028	

Contenido	Documental histórico transmedia
	1003
	1010a
	1023f
	1026

Contenido	Publicidad transmedia
	1002
	1004
	1023b

Contenido	Marketing transmedia
	1011

Contenido	Documental de producción transmedia
	1005
	1007
	1016c
	1017b
	1023g

Contenido	Periodismo transmedia
	1006
	1012
	1016b
	1018
	1019
	1022
	1023a

Contenido	Juegos online
	1010

Contenido	Paratextos
	1009
	1017a
	1021d
	1023d
	1024
1027	

Tabla 53, de elaboración propia. Universo transmedia de EMDT: mundos narrativos y contenidos individuales de cada uno de ellos.

<sup>206</sup> Ver anexo I –página 389– para conocer qué contenidos individuales son los que componen concretamente cada uno de los mundos narrativos.

El mundo NT de EMDT es el que ejerce como núcleo de este amplio universo. El resto de sistemas narrativos giran en torno a él, ya que los contenidos que pertenecen a cada uno de ellos toman como referencia alguna de las textualidades que componen ese mundo transmedia central.

Se ha dicho en el marco teórico de este estudio que cada mundo narrativo cuenta con un medio estrella que guía al resto. No obstante, en el caso de EMDT, no es así en todos los sistemas narrativos que lo componen, lo que desecha esta idea. Por lo tanto, no siempre tiene por qué existir este contenido central. En la ficción analizada en este estudio, los mundos narrativos que cuentan con un medio que ejerce de guía para el resto son:

- a) NT: Serie de TV –también ejerce como el núcleo del universo transmedia–.
- b) DHT: sin medio estrella.
- c) PT: sin medio estrella.
- d) MT: tienda online.
- e) DPT: ‘Los archivos del Ministerio’.
- f) PDT: cuenta oficial de Facebook de EMDT.
- g) JO: sin medio estrella.
- h) Paratexto: sin medio estrella.

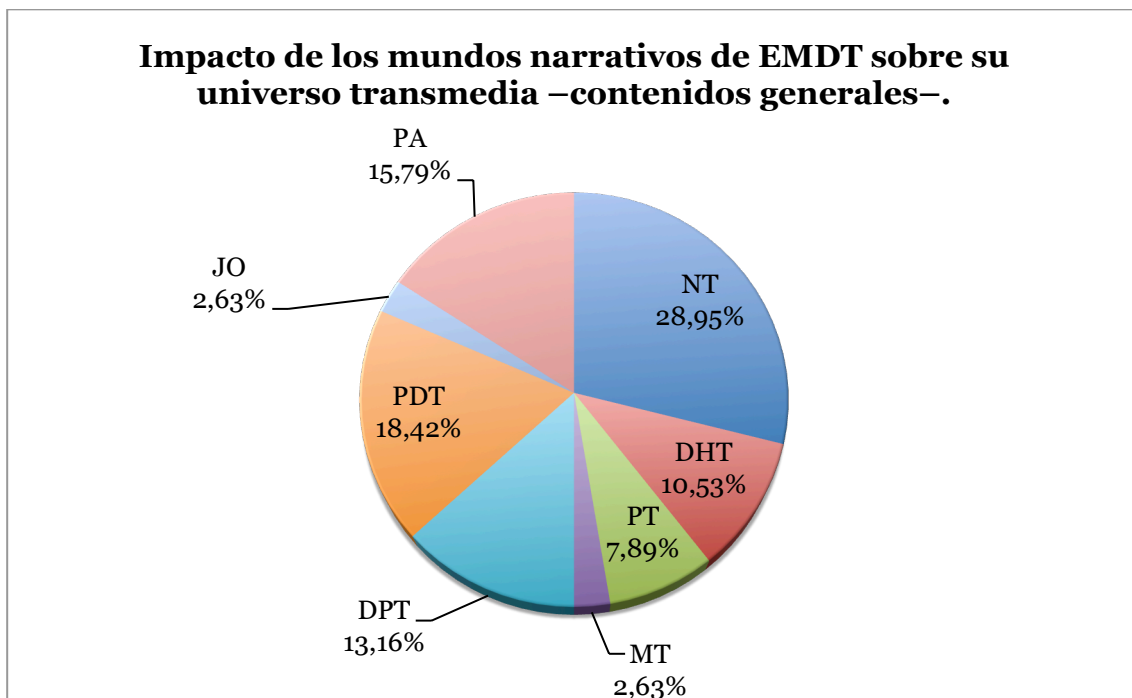
Se observa como exactamente la mitad de los mundos narrativos de EMDT no cuentan con un medio estrella. Sin embargo, todas las textualidades que forman estos sistemas sin un medio guía tienen algo en común: siempre toman como referencia los contenidos que forman el mundo narrativo central del universo transmedia, que en este caso es el mundo de ficción, la NT de este proyecto.

Por lo tanto, no es necesario en todos los casos la existencia de ese medio estrella, aunque sí que parece recomendable. Esto se debe a que dentro de un universo transmedia, los contenidos de todos los sistemas narrativos toman como referencia a uno de ellos, al núcleo de este universo, que es el que hace

posible la existencia del resto. Por ejemplo, sin la serie de televisión EMDT, el resto de contenidos no existirían.

Una vez aclarado esto, se procede a mostrar los datos cuantitativos que han arrojado los resultados del análisis de este punto. En primer lugar, teniendo como base los contenidos generales –28 en total, debido a que muchos de ellos se dividen en varios sistemas narrativos–, el impacto de cada uno de los mundos narrativos en el universo transmedia de EMDT, sería el siguiente:

- a) NT: 11 contenidos que suponen un 28,95% del total.
- b) DHT: 4 contenidos que suponen un 10,53% del total.
- c) PT: 3 contenidos que suponen un 7,89% del total.
- d) MT: 1 contenido que supone un 2,63% del total.
- e) DPT: 5 contenidos que suponen un 13,16% del total.
- f) PDT: 7 contenidos que suponen un 18,42% del total.
- g) JO: 1 contenido que supone un 2,63% del total.
- h) PA: 6 contenidos que suponen un 15,79% del total.

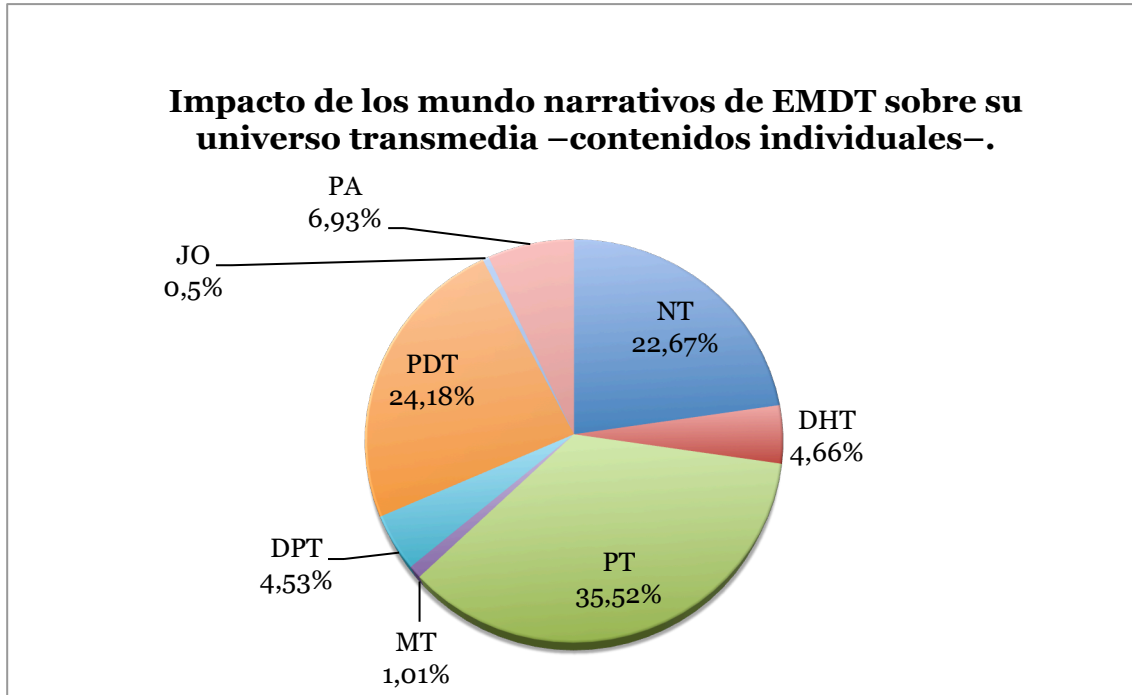


Gráfica 5, de elaboración propia. Impacto de los mundos narrativos de EMDT sobre su universo transmedia –contenidos generales–.

Se aprecia que el mundo NT tiene más peso que el resto cuando se mide el impacto de los contenidos generales. Es llamativo el poco porcentaje que aporta en este caso el mundo narrativo de la PT, siendo el que más contenidos individuales tiene. Esto se debe a que las secciones en las que aparecen los contenidos que integran este mundo narrativo son muy pocas.

De nuevo, para cuantificar de forma más precisa el impacto de cada uno de estos mundos narrativos sobre el universo transmedia de EMDT, es necesario medir el número total de material individual aporta cada uno. De esta manera, el conjunto de las diferentes textualidades integradas en el universo del EMDT es de 794 contenidos –cinco de ellos, los pertenecientes al contenido general 1010a y los dos mencionados en la lista siguiente, aparecen en distintos mundos narrativos–. De esta forma, el número de contenidos pertenecientes a cada mundo narrativo y su porcentaje de impacto se muestran a continuación:

- a) NT: 180 contenidos que suponen un 22,67% del total.
- b) DHT: 37 contenidos –36 más el contenido también perteneciente al PDT ‘A buenas horas mangas verdes’– que suponen un 4,66% del total.
- c) PT: 282 contenidos que suponen un 35,52% del total.
- d) MT: 8 contenidos 1,01% del total.
- e) DPT: 36 contenidos –35 más el contenido también perteneciente al PDT ‘El misterio de la música de ‘El Ministerio del tiempo’– que suponen un 4,53% del total.
- f) PDT: 192 contenidos que suponen un 24,18% del total.
- g) JO: 4 contenidos que suponen un 0,5% del total.
- h) PA: 55 contenidos que suponen un 6,93% del total.



Gráfica 6, de elaboración propia. Impacto de los mundos narrativo de EMDT sobre su universo transmedia –contenido individuales–.

Tras observar los datos de los contenidos individuales, se puede apreciar cómo el impacto real de cada uno de los mundos narrativos varía de forma clara. Ahora, por el número de contenidos que aporta, es el mundo narrativo de la PT el que se erige como aquel que más impacto tiene dentro del universo transmedia de EMDT. El segundo más importante, por número de textos aportados, es el mundo narrativo de PDT, seguido del mundo NT. El resto de sistemas narrativos asumen un impacto mucho menor, incluso insignificante, como es el caso de el mundo narrativo de los JO, que no aportan ni el 1% de los contenidos.

De estos datos se puede sacar una conclusión, y es que no hace falta que el mundo narrativo central del universo transmedia sea, en cuanto a número de contenidos se refiere, el que más impacto suponga dentro del mismo. Tan solo ha de albergar en su interior al medio estrella que propicia la creación de un universo transmedia repleto de contenidos.



Por lo tanto, aquellos mundos narrativos con menos contenidos, no tienen por qué ser menos importantes que los que cuentan con más. En el caso de EMDT, es lógico que la NT cuente con menos textualidades que, por ejemplo, el mundo narrativo de la PT, pues es mucho más caro producir contenidos de ficción. Por tanto, el número de contenidos no es indicativo de la mayor o menor importancia de los mundos narrativos. La relevancia de cada uno de ellos vendrá dada por el tipo de proyecto al que pertenezca. No es lo mismo la importancia del mundo narrativo de la PT en un proyecto de ficción como el que se analiza en esta investigación, que en una campaña de publicidad transmedia, la cual contará con diferentes mundo narrativos, siendo el publicitario el que más peso ejerza dentro del universo transmediático generado.

EMDT nace como un proyecto de serie de televisión, y de ella surge todo el universo transmedia aquí presentado. De esta forma, la NT de EMDT será el mundo principal, pese a no ser el que más contenidos aporte. Además, este sistema narrativo cuenta con distintos textos de ficción que expanden la historia de muy diversas maneras, creando un proyecto transmedia perfectamente elaborado.

#### **14.3.4. Resultados de la expansión narrativa transmedia de ‘El Ministerio del tiempo’**

Una vez dados los datos generales de todos los mundos narrativos pertenecientes al universo transmedia de EMDT, se va a proceder con los resultados obtenidos acerca de la expansión narrativa transmedia, es decir, la del mundo de ficción. Para ello se ha elaborado una nueva tabla –anexo IV<sup>207</sup>– en la que se muestran todos los contenidos de ficción. Como se verá, no se tienen en cuenta los 21 capítulos emitidos por televisión –ni el contenido 1001–, pues se entiende que al ser el núcleo de este sistema narrativo, éste se expande a raíz de ellos, aunque sea de forma independiente. De esta forma, serán 139

---

<sup>207</sup> El anexo IV se encuentra en la página 445.

contenidos los que suponen la muestra de los siguientes datos. Se trata tan solo, por lo tanto, de aquellos que expanden los visto en estos 21 capítulos centrales.

Lo primero que se observa es que, como se puede comprobar al revisar las tablas de variables propuestas, todos los contenidos de ficción de EMDT utilizan el mismo recurso de expansión: los huecos narrativos. Más concretamente, se aprovechan los espacios intersticiales para ampliar la historia. Por lo tanto, el 100% de los contenidos expansivos del mundo NT de este proyecto, utilizan esta técnica. Hasta ahora, en EMDT, no se ha hecho uso de otros recursos de expansión existentes, tales como la elipsis, la paraelipsis, anaelipsis, prolepsis, precuelas, secuelas o *spin off*.

En cuanto a los tipos de aportaciones que expanden la historia de la ficción, sucede lo siguiente: la NT de EMDT utiliza todas las opciones existentes para expandir el mundo narrativo y, en todas las ocasiones, cada contenido utiliza varias de ellas. De esta manera se consigue que el producto final, tanto los relatos individuales como la historia general de la ficción, aumente su valor narrativo de forma clara.

De esta manera, 94 contenidos de ficción aportan nuevas localizaciones – 67,62%–; 137 aportan nueva información de personajes –98,56%–; 114 aportan nuevos personajes –82,01%–; 88 amplían las tramas existentes en la serie emitida por televisión –63,31%–; 95 aportan nuevas tramas –68,34%–; y, por último, 98 –71,51%–amplían la línea temporal del mundo narrativo de EMDT.

De todos los contenidos de ficción existentes en el mundo de narrativa transmedia, 94 de ellos emplean la técnica expansiva de introducir nuevas localizaciones, dotando así al mundo narrativo de ficción de mayor complejidad geográfica.

Las nuevas localizaciones expuestas durante los relatos ofrecen la posibilidad de generar nuevas tramas basadas en estos lugares y la aparición de nuevos personajes, así como de nuevas posibilidades narrativas de diferentes tipos, ya

que, por ejemplo, en diferentes localizaciones es posible que aparezcan nuevas leyes físicas que sólo se dan en determinados lugares.

La mayor parte de los contenidos de ficción que forman la NT de EMDT, 135 exactamente, aportan nueva información de los personajes principales y secundarios de la historia. Esto es interesante, pues de esta forma los espectadores-usuarios pueden conocer mejor los actos realizados por los personajes durante los diferentes relatos.

Por su lado, 114 contenidos de ficción dan a conocer nuevos personajes que habitan en el mundo narrativo de ficción, ampliando así la visión del mundo narrativo de los espectadores-usuarios, ya que esto hace evidente que EMDT está lleno de historias, y no solo las ofrecidas por el canon.

88 de los contenidos aportan nueva información de las tramas principales, dotándolas de mayor riqueza narrativa. Por su lado, 95 de los contenidos muestran nuevas tramas, ampliando así los horizontes narrativos de la ficción.

Por último, 98 de estos contenidos aumentan la línea temporal de la ficción. Es decir, relatan acontecimientos que suceden en distintos momentos a los que ya se habían relatado con anterioridad.

Estos datos demuestran la enorme complejidad narrativa de EMDT, la cual sólo puede ser acometida utilizando técnicas de la NT, donde cada medio hace lo que se le da mejor. Los porcentajes mostrados en el párrafo anterior son contundentes, haciendo que esta ficción deba de ser tomada en cuenta como ejemplo paradigmático del uso de la NT en España, pues se encuentra, como mínimo, al nivel de las grandes producciones televisivas de todo el mundo.

Eso sí, hay que precisar que muchos de los contenidos arriba cuantificados relatan parte de la historia de forma muy somera. Por ejemplo, cada una de las fotografías de la red social Instagram hablan de alguna misión ya realizada, sin entrar en muchos detalles. De esta manera, se pueden generar gran cantidad de

relatos que expanden la historia en diferentes direcciones, tal y como se aprecia en este caso.

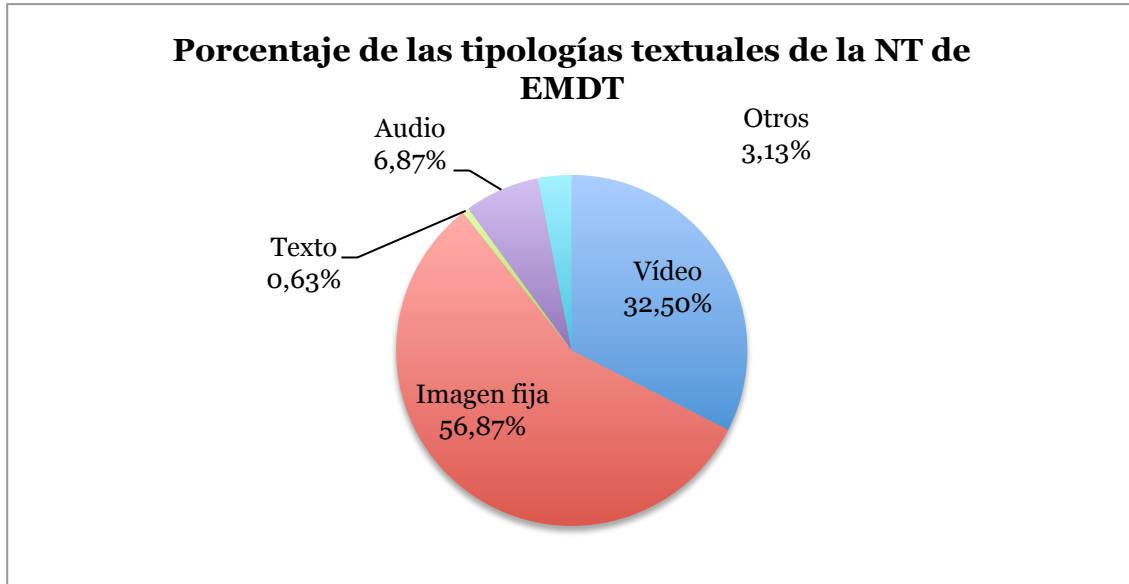
Esto último es también algo muy importante dentro de la NT, y hay que tenerlo en gran consideración, pues se generan nuevas opciones para seguir expandiendo el mundo narrativo. Por ejemplo, una fotografía de Instagram, un tweet o un archivo de la Intranet del Ministerio, pueden dar la información sobre algo que ha ocurrido en el mundo narrativo y, a través de otro medio, mediante la técnica expansiva de ampliación de tramas, crear un nuevo relato partiendo de ello.

Las redes sociales son un medio propicio para poder llevar a cabo estas expansiones a través de pequeños relatos, pudiendo ser objeto de ampliación más adelante mediante otro medio. Esto, además, podría hacerse tanto desde el canon como desde el fandom.

#### **14.3.5. Tipologías textuales de las expansiones de la NT en EMDT**

Otro dato importante a analizar, son las textualidades empleadas para expandir la historia de ficción. Cada medio hace lo que se le da mejor, y cada proyecto tendrá unas necesidades u otras. En cuanto a EMDT, las diferentes tipologías encontradas en su NT, teniendo también en cuenta los capítulos de la serie de televisión, son las siguientes:

- a) Vídeo: 52 contenidos, un 32,5% del total.
- b) Imagen fija: 91 contenidos, un 56,87,48% del total.
- c) Texto: 1 contenido, un 0,63% del total.
- d) Audio: 11 contenidos, un 6,88% del total.
- e) Otros –interactividad, realidad virtual y documentos PDF–: 5 contenidos, un 3,13% del total.



Gráfica 7, de elaboración propia. Porcentaje de las tipologías textuales de la narrativa transmedia de EMDT.

En el gráfico anterior se aprecia con claridad cómo, en la NT de EMDT, son las imágenes fijas las que más presencia tienen. Esto se debe, en gran medida, a la facilidad de conseguirlas sin que suponga un gran coste para la producción. Además, se obtienen grandes resultados con ellas, pues tal y como se demuestra en esta investigación, son capaces de generar gran cantidad de nuevos relatos.

Los vídeos son también, como no podía ser de otra forma, un componente importante dentro de esta NT, siendo la segunda tipología textual en cuanto a cantidad. Hay que tener en cuenta que los veintiún capítulos de EMDT emitidos por televisión ejercen como medio estrella, por lo que en este proyecto, la importancia del vídeo es primaria. Los textos escritos, audios y otros contenidos se cuentan en menor número en comparación con los anteriores, pero tienen un gran peso dentro de este mundo narrativo. Contenidos como el *podcast* ‘Tiempo de valientes’, el capítulo de realidad virtual y el libro ‘El tiempo es el que es’, son algunos de los pilares fundamentales de esta NT debido a su gran aportación a la misma.

## 15. CONCLUSIONES

Partiendo de las hipótesis de trabajo y de los objetivos marcados, tanto generales como específicos, se ha obtenido a una serie de datos que ayudan a esclarecer la configuración de los proyectos transmedia para ficción en televisión. Tras el análisis del universo transmedia y de la narrativa transmedia de ‘El Ministerio del tiempo’, ya se ha respondido a algunas de las cuestiones que se planteaban al inicio de la investigación, tales como: qué impacto tienen los diferentes tipos de comunicación dentro del universo transmedia de la ficción; qué técnicas son las más utilizadas para la expansión narrativa; y, por último cuáles son las tipologías textuales empleadas en la narrativa transmedia.

En cuanto al impacto de los mundos narrativos de ‘El Ministerio del tiempo’ sobre su universo transmedia, los contenidos que publicitan el mismo son los que mayor peso tienen en cuanto a cantidad se refiere. No obstante, al tratarse de un proyecto cuyo núcleo central es la ficción, es la narrativa transmedia la que mayor influencia ejerce dentro de este universo mediático. Este mundo narrativo cuenta con 180 contenidos individuales bien diferenciados que enriquecen la historia. Además, estos contenidos cumplen con todas las características necesarias para que un contenido pueda considerarse parte de la narrativa transmedia, expuestas en el marco teórico de la presente investigación.

Por su lado, la técnica más empleada para la expansión de la narrativa transmedia de ‘El Ministerio del tiempo’ es la de dar nueva información de personajes, siendo empleada por el 99,56% de los contenidos que forman este mundo narrativo. No obstante, el resto de técnicas detectadas es también bastante significativo: en el 67,62% de los casos se emplea la técnica de introducción de nuevas localizaciones; el 82,01% de los contenidos de ficción introducen nuevos personajes; el 63,31% amplían tramas ya conocidas por los espectadores-usuarios, dotándolas de mayor profundidad; el 68,34% de los relatos de ficción incorporan nuevas tramas y, por último, el 75,51% amplían la línea temporal de la historia que se narra en el universo transmedia de ‘El

Ministerio del tiempo’. De esta forma se comprueba cómo esta serie de televisión emplea todas las posibles técnicas expansivas de forma común y abundante, convirtiéndose en un ejemplo claro de lo que supone desarrollar un proyecto transmedia.

En lo que se refiere a las tipologías textuales, queda claro que la imagen fija es la más empleada para desarrollar la ficción, contando con un total de 91 contenidos que responden a este tipo, suponiendo el 58,87% del total. Esto se debe al excelente uso de la red social ‘Instagram’, la cual se ha mostrado como una potente herramienta para contar historias. No obstante, pese a contar con el mayor número de contenidos, no es la imagen fija la que aporta las tramas de mayor importancia a esta ficción. El vídeo, pese a contar con 52 contenidos – 32,50%–, es el que soporta el mayor peso en este proyecto, pues el contenido del que han surgido el resto es la serie de ficción televisiva. Es, además, el contenido que mas información aporta a la narrativa transmedia de ‘El Ministerio del tiempo’. Esto demuestra que para analizar este tipo de proyectos, es mucho más eficiente una metodología cualitativa que una cuantitativa, aunque esta última ayuda a comprender mejor las configuración de los universos transmediales.

A parte de lo ya enunciado, quedan aún algunas cuestiones por responder. A continuación se pasa a enumerar las conclusiones a las que se ha llegado tras esta investigación, diferenciadas entre conclusiones generales y conclusiones específicas.

### **15.1. Conclusiones generales**

1. La NT ha sido ampliamente definida por distintos autores desde que saltó a la palestra en el mundo académico. No obstante, responde a un tipo muy específico de comunicación, el cual ha de ser bien definido para evitar problemas epistemológicos que puedan llevar a cierta confusión o engaño.

Tal y como se ha argumentado anteriormente, transmedia es un adjetivo que califica a la palabra que lo precede, y que significa a través de los

medios. Por lo tanto, cualquier tipo de comunicación puede acompañar a esta palabra, diferenciándose del resto y dando cabida a términos bien distintos como publicidad transmedia, periodismo transmedia o marketing transmedia, entre otros. Todos ellos tendrán algo en común, que es el hecho de que se expandirán a través de varios medios, pero son completamente diferentes entre ellos, pues cada tipo de comunicación cuenta con sus propias particularidades aportando.

Entonces, ¿qué es la NT? La narrativa transmedia es una técnica narrativa que genera mundos de ficción complejos que se propagan mediante el uso de distintos medios y de la utilización de diferentes métodos expansivos.

De esta definición se deduce algo importante, y es que, ante todo, la narrativa transmedia debe ser considerada como ficción única y exclusivamente, diferenciándola definitivamente del resto de tipos de comunicación transmedia. Las técnicas de creación de estos mundos no responden a las del resto, y viceversa. Cada comunicación transmediática contará con sus propias características.

En el marco teórico de esta investigación se propone una visión de los proyectos transmedia como si de una versión simplificada del universo se tratara, con sus sistemas narrativos y medios estrella. En muchas ocasiones se habla de la NT como si se tratara de un conjunto, y todos los contenidos pertenecientes a un tema formasen parte de ella. Pero no todos los contenidos pueden ser considerados dentro de la NT. Por lo tanto, ¿todo es transmedia dentro de un proyecto? La respuesta es afirmativa, pero cada contenido formará parte de un mundo que responda a sus objetivos comunicativos.

2. Una vez analizada la NT de EMDT, se puede afirmar, rotundamente, que una historia que se beneficie de esta técnica narrativa debe estar concebida de este modo desde el principio. Esto es debido a que sin una correcta planificación, la continuidad de la historia a través de los diferentes



medios puede traer problemas de comprensión por parte de los espectadores. Esto demuestra la importancia de tener unas bases sólidas antes de desarrollar los guiones de cada uno de los relatos, teniendo claras las leyes físicas de la historia que se cuenta –*mythos*–, su geografía –*topos*– y la ética y moralidad posibles de los personajes que habitan en ese mundo –*ethos*–.

3. Uno de los objetivos marcados en la investigación era diferenciar los contenidos que son NT de los que no, estableciendo cuál es el universo transmedia y cómo está organizado. La definición extraída en este trabajo de la NT, hace más sencilla esta diferenciación de los contenidos dentro de los proyectos de este tipo. En este caso, aquellos que pertenezcan a la NT deberán cumplir, tal y como se ha podido apreciar en el análisis de EMDT, los siguientes requisitos:
  - a) Deben ser productos de ficción, guionizados de principio a fin, pese a que puedan parecer reales en algunos casos.
  - b) Cada relato seguirá las normas y leyes físicas establecidas en el *mythos*, *topos* y *ethos* de su mundo narrativo. De esta forma, éste será reconocible y aceptado, manteniendo una continuidad entre los diferentes medios. Para ello, se ha de contar con la biblia transmedia.

El resto de tipos de comunicación tendrá sus propias características, que vendrán dadas por la finalidad de cada mundo narrativo. Así mismo, también contarán con sus propios caminos a la hora de desarrollar este tipo de proyectos. La serie de televisión EMDT supone un ejemplo muy claro de cuáles son los contenidos de ficción pertenecientes a la NT y cuáles no.

4. De la misma manera, la organización de los contenidos llevada a cabo durante el análisis de esta ficción deja clara la estructura de un proyecto transmedia complejo. Esta organización no hubiese sido posible sin el modelo propuesto del universo transmedia, formado por distintos sistemas o mundos narrativos. Éste se ha mostrado eficaz a la hora de

analizar este tipo de proyectos complejos, pues muestra la configuración de los mismos.

En el caso de los medios estrella, se ha observado que, pese a lo que se creía, no parecen ser necesarios dentro de todos los mundos narrativos. Puede que un medio ejerza como tal, pero no es algo que tenga que darse en todos los casos.

5. En cuanto a los medios estrella, propuestos como guías dentro de cada sistema narrativo, se ha visto cómo no todos ellos tienen por qué contar con un contenido central de estas características. Por ello, no es necesario que exista un medio estrella en cada uno de los sistemas narrativos. No obstante, sí que parece necesario un medio central que sirva como núcleo para el resto de contenidos y que los aglutine en un mismo universo transmedia, como es el caso de la serie de televisión dentro del universo de EMDT.
6. Otro aspecto destacable es que los contenidos individuales que utilizan varias técnicas de expansión –como nuevos personajes, nuevas localizaciones, etcétera– y no sólo una, hacen que el valor del conjunto aumente. Principalmente el del mundo narrativo al que pertenece, y esto hace que el proyecto sea más complejo. Por lo tanto, el universo transmedia se nutre de la capacidad de expansión de cada uno de los mundos narrativos, y éstos, gracias a cada medio individual. Cuanto más ricos narrativamente sean, más crecerá el conjunto. Además, cualquier relato, del tipo que sea, puede ser objeto de una ampliación narrativa posterior a través de otro medio, como por ejemplo, las fotografías de Instagram. Pero se ha de tener todo muy calculado –productor transmedia– para que no se rompa la estructura del mundo narrativo.
7. Justificar la utilidad de la NT como recurso narrativo era otro de los objetivos planteados. Tras el estudio de caso de EMDT, parece clara e innegable la capacidad de la NT como vehículo para desarrollar historias

de ficción. Permite la creación de mundos narrativos antes inabarcables, pues admite su difusión a través de muy diversos canales. Esto, a su vez, propicia que se pueda llegar a un público muy variado.

Además, permite la exploración narrativa tanto por parte del canon como del fandom, ya que mediante el *mythos*, *topos* y *ethos*, las posibilidades de expandir la historia es inmensa. Esta técnica narrativa, convenientemente utilizada, genera una gran fidelización y compromiso por parte de las audiencias, ya que éstas cuentan con una gran variedad de contenidos con los que pueden satisfacer sus necesidades narrativas.

8. Hay que destacar, también, la conveniencia de la NT para contar historias teniendo en cuenta la dispersión de las audiencias, las cuales ya no son pasivas sino activas, haciendo uso de diferentes medios para consumir información de todo tipo. Por ello, la NT parece la forma idónea de llegar a los nuevos consumidores, esparciendo la historia a través de los medios. De esta forma se llegará a mucho más público que mediante proyectos monomediáticos. Esto hace, además, que un medio pueda atraer al público hacia otro medio.

## **15.2 Conclusiones específicas**

1. EMDT demuestra la importante contribución de la Web 2.0 a la NT de las series de ficción para televisión, pues la mayor parte de los contenidos que la forman se encuentran alojados en las diferentes plataformas de este medio.

Como se observa en la gráfica 4, el 23,41% de los contenidos que conforman el universo transmedia de EMDT, son accesibles a través de la Web 2.0. Esto se debe, principalmente, a la redes sociales, las cuales son utilizadas por el 81% de los internautas en España cuyas edades se encuentran comprendidas entre los 16 y los 55 años. Esto supone un

público potencial de más de 15 millones de personas<sup>208</sup> . Por lo tanto, las plataformas que forman parte de la Web 2.0 funcionan como potentes herramientas para la elaboración de proyectos transmedia. Dentro de estas plataformas, destaca el uso que se hace en EMDT de la red social Instagram, la cual se ha manifestado como una de las grandes herramientas para expandir la NT.

2. En cuanto a las herramientas de la Web 2.0 que más aportan a la NT de las series de televisión, dependerá de cada ficción. Unas historias necesitarán de unas plataformas u otras para contar los acontecimientos de su historia, no existe una herramienta mejor que el resto para todos los casos. No obstante, como ya se ha argumentado, el análisis de EMDT muestra la gran capacidad de la red social Instagram para expandir las historias. En este caso concreto, se puede decir que esta plataforma es la que más aportaciones concede a la ficción.
  
3. Otro aspecto a destacar es que Internet, pese a ser un único medio, contiene diferentes tipos de comunicación y de tipologías textuales. Por ello los contenidos existentes dentro de ese único medio pueden formar universos y sistemas transmediáticos. La web sirve de contenedor, pero sus contenidos realmente siguen las reglas –con sus variantes– de diferentes formas de comunicación como la televisión, la radio o prensa escrita. Por lo tanto Internet, por sí solo, puede soportar proyectos transmedia. No obstante, necesitará hacer uso de la Web 2.0 y de sus plataformas donde los fans pueden expresarse. Esto hace que cambie la visión que se tenía hasta ahora, donde se hacía necesario que un proyecto de estas características estuviese presente en diferentes medios. Internet abarca todos los medios, y empleando diferentes tipologías textuales, puede acoger proyectos transmedia por sí mismo –siempre apoyado por la Web 2.0–.

---

<sup>208</sup> Información obtenida del ‘Estudio Anual de Redes Sociales’ (publicado el 20 abril de 2016) elaborado por la agencia ‘Elogia’, especializada en marketing online.

4. En lo referente a EMDT en concreto, tal y como se puede observar en el anexo II, el número de contenidos transmedia aumenta de la primera a la segunda temporada de esta ficción. Cada capítulo de la primera temporada tiene asociados una media de 13 contenidos transmedia, mientras que los de la segunda temporada cuenta con una media de 15,85 contenidos. Por lo tanto, se confirma la evolución ascendente en cuanto a contenidos de una temporada a otra. Esto se debe a la confianza depositada tanto por la cadena de televisión que emite la ficción –TVE– como por las productoras encargadas de llevar a cabo el proyecto. Y, por supuesto, sin olvidarse de los ministéricos, gracias a los cuales todo esto es posible.

Además, hay que tener en consideración que durante la emisión de la segunda temporada vieron la luz varios contenidos pertenecientes a la NT de EMDT y que no dependen de ninguna de las temporadas, pues son independientes. Estos son: el organigrama del Ministerio, la webserie de Angustias ‘Tiempo de confesiones’, la Intranet del Ministerio y el primer capítulo de realidad virtual. Esto muestra la riqueza narrativa de esta ficción, que utilizando la NT como medio para expresarse, ha conseguido generar un mundo narrativo que no se hubiese podido crear de otra manera.

5. Todo esto también lleva a otra conclusión, y es que, en las series de televisión, se puede considerar cada capítulo como una entidad transmediática en sí misma. Esto se debe a que existen una serie de contenidos que giran en torno a los mismos, tales como *making of*, fotografías del rodaje y del capítulo, ampliación de la historia, etcétera. Por lo tanto, un proyecto transmedia puede ser estudiado desde lo más amplio –universo transmedia– hasta los más concreto –capítulos individuales en este caso–, pasando por la diferenciación de mundos transmediales dependiendo del tipo de comunicación al que pertenecen.
6. Como ya se ha visto en la tabla 45, las estrategias narrativas de adición, omisión, transposición y permutación son utilizadas en EMDT. Pero,

durante su primera y segunda temporada, la más empleada de todas es la adición, siendo un 65,6% de los contenidos los que la utilizan. Esto se debe a que al tratarse de una técnica narrativa que supone la expansión de los relatos –principalmente si se trata de un proyecto cuyo núcleo es la ficción–, lo lógico indica que la adición suponga un número tan elevado en comparación con el resto. La adición supone expansión, la principal característica de la NT.

7. Los proyectos transmedia deben ser planificados desde el inicio. En el caso de EMDT, parece haber sido proyectado de esta manera, pues no se detectan problemas de ningún tipo en la relación que tienen los diferentes relatos de la ficción que se consumen en los diferentes medios. Esta ficción televisiva ha creado su propia mitología, un universo narrativo bien diferenciado del resto.
  
8. La forma de organizar los proyectos transmedia propuesta en el presente trabajo se ve reflejada tras el estudio del caso de EMDT, donde se ha demostrado que existe una clara división entre unos contenidos y otros. Así, la complejidad de los proyectos transmedia aumenta, pues cada sistema narrativo tiene una finalidad, y por ello cuenta con determinados contenidos bien diferenciados del resto.

EMDT no representa una nueva forma de ver televisión, la televisión se ve igual que se ha hecho siempre. Lo que es diferente, el principal avance, es la forma en la que se ve y se accede a los mundos narrativos. Es decir, la forma de consumirlos.

Actualmente se vive en la era del transmedia, la técnica narrativa total, donde todo lo referente a una historia puede ser contado. Los próximos años van a ser fundamentales para comprobar la NT si se postula como la forma de narrar historias del futuro o no. La fragmentación de las audiencias hace prever que es una técnica narrativa que dará que hablar, y mucho, durante los próximos años. No obstante, lo que está claro, es que lo importante no es esparcir los proyectos

a través de los medios para crear productos transmediáticos. Lo importante es la historia que se cuenta, sin nada que contar, un proyecto de estas características fracasará. Por lo tanto, en cualquier proyecto narrativo, utilice la técnica que utilice, la historia, siempre, será lo principal.

## 16. BIBLIOGRAFÍA

- Abellán Hernández, M. y de Miguel Zamora, M. (2015). Narrativa transmedia: resinificando el consumo mediático. Presentación. *Icono 14*, 14(1), pp. 1-7. doi: 10.7195/ri14.v13i1.947
- Albadalejo Ortega, S. (2014). El universo transmediático de ‘Los Teleñecos’ como lugar de encuentro de géneros y formatos. *CIC, Cuadernos de Información y Comunicación*, 19, pp. 87-99
- Alonso, E., Broullón Lozano, M. y Lamuedra-Graván, M. (2016). Análisis empírico de las dinámicas de remediación entre televisión e internet en España: discursos de receptores. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 160-196. doi: 10.4185/RLCS-2016-1090
- Álvarez Crespo, B. (2014). Aportaciones a la narrativa transmediática española. *Revista Communication Papers*, 3(4), pp. 11-12.
- Aristóteles (1974). *Poética*. Madrid: Gredos.
- Arnau, R. (2016). Estrategias Transmedia y enunciación de los márgenes: El universo narrativo de *The Undocumented*, Marco Williams, 2013. *Icono 14*, 14(1). Pp. 233-257- doi: 10.7195/ri14.v14i1.931
- Arranz Esteban, V., Alcalá Santaella, M.P. y Legorburu Hortelano, J.M. (2011). La interacción de la audiencia en la convergencia radio-televisión. El público como contertulio en “El Gato al Agua” (Intereconomía). En Borreguero Alcudia, M., Legorburu Hortelano, J.M., López Delgado, L. y Ruiz Gómez, S. (coords.), *Competidores y Aliados. Medios en convergencia, los nuevos retos en comunicación* (pp. 107-128). Madrid: CEU Ediciones.
- Arruti, A. M. (2011). El futuro de los medios. En Borreguero Alcudia, M., Legorburu Hortelano, J.M., López Delgado, L. y Ruiz Gómez, S. (coords.), *Competidores y Aliados. Medios en convergencia, los nuevos retos en comunicación* (pp. 161-168). Madrid: CEU Ediciones.
- Askwith, I. (2007). *Television 2.0. Reconceptualizing TV as an Engagement Medium* (Tesis de Máster). Massachusetts Institute of Technology, Estados Unidos de América. Obtenido en



<https://es.scribd.com/doc/147696575/Ivan-Askwith-Television-2-0-Reconceptualizing-TV-as-an-Engagement-Medium>

- Atresmedia Televisión (2015). *Anuario estrenos de ficción 2014*. Recuperado de [http://blogs.Antena3.com/poniendo-series/anuario-estrenos-ficcion-2015\\_2016042500242.html](http://blogs.Antena3.com/poniendo-series/anuario-estrenos-ficcion-2015_2016042500242.html)
- Atresmedia Televisión (2016). *Anuario estrenos televisión 2015*. Recuperado de [http://blogs.Antena3.com/poniendo-series/anuario-estrenos-ficcion-2015\\_2016042500242.html](http://blogs.Antena3.com/poniendo-series/anuario-estrenos-ficcion-2015_2016042500242.html)
- Bal, M. (1990). *Teoría de la narrativa (Una introducción a la narratología)*. Madrid: Cátedra.
- Baltar Moreno, A. y Valencia, M. (2016). El relato de viajes como narrativa transmedia. *Icono 14*, 14(1), pp. 181-210. doi: 10.7195/ri14.v14i1.926
- Barlovento Comunicación (2016a). *Análisis televisivo 2015*. Obtenido en <http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/analisis-televisivo-2015-Barlovento.pdf>
- Barlovento Comunicación (2016b). *El comportamiento de la audiencia televisiva: Febrero 2016. Análisis televisivo*. Obtenido en <http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/barlovento-audiencias-febrero-2016.pdf>. Recuperado el 22/09/16.
- Barlovento Comunicación (2016c). *Análisis mensual del comportamiento de la audiencia televisiva. Marzo 2016*. Obtenido en <http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/barlovento-audiencias-marzo2016.pdf>. Recuperado el 22/09/16.
- Barlovento Comunicación (2016d). *Análisis mensual del comportamiento de la audiencia televisiva. Abril 2016*. Obtenido en <http://www.barloventocomunicacion.es/images/barlovento-audiencias-abril2016.pdf>. Recuperado el 22/09/16.
- Barlovento Comunicación (2016e). *Análisis mensual del comportamiento de la audiencia televisiva. Mayo 2016*. Obtenido en <http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/barlovento-audiencias-mayo2016.pdf>. Recuperado el 22/09/16.
- Bassa, J. y Freixa, R. (1993). *El cine de ciencia ficción: una aproximación*. Barcelona: Editorial Paidós.

- Beddows, E. (2012). Buffy the Transmedia Hero. *Colloquy*, 24, pp. 143-158.  
Obtenido en [http://artsonline.monash.edu.au/wp-content/arts-files/colloquy/colloquy\\_issue\\_twenty-four\\_/beddows.pdf](http://artsonline.monash.edu.au/wp-content/arts-files/colloquy/colloquy_issue_twenty-four_/beddows.pdf)
- Bellón Sánchez, T. (2012). Nuevos modelos narrativos. Ficción televisiva y transmediación. *Revista Comunicación*, 1(10), pp. 17-31.
- Benchichah López, N. Y. (2015). Un recorrido por los viajes en el tiempo de la ficción internacional. En Cascajosa, C. (ed.), *Dentro de El ministerio del Tiempo* (pp. 45-51). Alcalá de Henares: Léeme Libros.
- Berganza Conde, M<sup>a</sup>. R. y Ruiz San Román, J. A. (2005). *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. Madrid: McGraw Hill.
- Berners-Lee, T., Hendler, J. Y Lassila, O. (2001). The Semantic Web. *American Magazine*, 5, pp.34-43.
- Bolter, D. y Grusin, P. (2010). Inmediatez, Hipermediación y Remediación (Traducido por Eva Aladro). En Bolter, D. y Grusin, P. (autores), *Remediation. Undertanding New Media*. Obtenido en [http://pendientedemigracion.ucm.es/info/per3/nueva\\_web\\_eva/material\\_para\\_descargar/Inmediatez.pdf](http://pendientedemigracion.ucm.es/info/per3/nueva_web_eva/material_para_descargar/Inmediatez.pdf)
- Brenes, C. S. (2012). Buenos y malos personajes. Una diferencia poética antes que ética. *Revista de Comunicación*, 11, pp. 7-23.
- Cabezuelo Lorenzo, F. (2013). Las redes sociales como herramientas para la comunicación cultural en los nuevos contextos interactivos. En Sabés Turmo, F. y Verón Lassa, J. (coords.), *Comunicación y la red. Nuevas formas de periodismo* (pp. 124-133). Zaragoza: Asociación de Periodistas de Aragón.
- Cabrera, M. A. (2013). Evolución de los cibermedios. De la convergencia digital a la distribución multiplataforma. Madrid: Fragua
- Cascajosa, C. (2015). Entrevista con Javier Olivares, creador y productor ejecutivo. En Cascajosa, C. (ed.), *Dentro de El ministerio del Tiempo* (pp. 19-35). Alcalá de Henares: Léeme Libros.
- Cascajosa Virino, C. y Molina Cañabate, J.P. (2016). Narrativas expandidas entre la tradición y la innovación: construyendo el universo transmedial

- de El Ministerio del tiempo. *Tropelías. Revista de la teoría de la Literatura y Literatura Comparada*, 27, pp. 120-135
- Castelló Martínez, A., del Pino Romero, C. y Tur Viñes, V. (2016). Estrategias de contenido con famosos en marcas dirigidas a público adolescente. *Icono 14*, 14(1), pp. 123-154. doi: 10.7195/ri14.v14i1.883
  - Castillo, J. M. (2009). *Televisión, realización y lenguaje audiovisual*. Madrid: Instituto RTVE.
  - Caudeli, R. (2015). El mapa del tiempo. Guía de episodios de la primera temporada. En Cascajosa, C. (ed.), *Dentro de El ministerio del Tiempo* (pp. 261-267). Alcalá de Henares: Léeme Libros.
  - Chomón Serna, J. (2015). La radio glocal cross-media: la alternativa ante la reducción de espacios de proximidad local en la radio convencional. *Icono 14*, 14(1), pp. 258-286. doi: 10.7195/ri14.v14vi1.894
  - Corona Rodríguez, J. (2015). ¿Cuándo es transmedia?: discusiones sobre los transmedia(l) de las narrativas. *Icono 14*, 14(1), pp. 30-48. doi: 10.7195/ri14.v14i1.919
  - Costa Sánchez, C. y Piñeiro Otero, T. (2012a). Nuevas Narrativas Audiovisuales: Multiplataforma, Crossmedia y Transmedia. El caso de Águila Roja. *Icono 14*, 10(2), pp. 102-125.
  - Costa Sánchez, C. y Piñeiro Otero, T. (2012b). ¿Espectadores o creadores? El Empleo de las Tecnologías Creativas por los Seguidores de las Series Españolas. *Comunicação e Sociedade*, 22, pp. 184-204.
  - Costa Sánchez, C. y Piñeiro Otero, T. (2013). Estrategias de comunicación multimedia. Barcelona: Editorial UOC.
  - Costa Sánchez, C. (2013). Narrativas Transmedia Nativas: Ventajas, elementos de planificación de un proyecto audiovisual transmedia y estudio de caso. *Historia y Comunicación Social*, 18(Nº Esp. Dic.), pp. 561-574.
  - Crespo Sánchez, N., Cabezuelo Lorenzo, F. y Viñarás Abad, M. (2012). El uso de las redes sociales como herramientas para la retroalimentación de programas de televisión: análisis del caso de “El Hormiguero 3.0” de Antena 3 tv. En Borreguero Alcudia, M., Legorburu Hortelano, J. M., y Barceló Ugarte, T. (coord.), *Convergencia de Medios: Nuevos Desafíos para una Comunicación global* (pp. 203-217). Madrid: CEU Ediciones.

- Cuadros Contreras, R. (2008). Reflexiones sobre alteridad y técnica: la figura del robot humanoide en algunas transposiciones de la literatura al cine. *Revista CS en Ciencias Sociales*, 2, pp. 247-263.
- Daugherty, T., Eastin, M. y Bright, L. (2008). Exploring consumer motivations for creating user-generated content. *Journal of Interactive Advertising*, 8(2), pp.16-25.
- De Felipe, F. (2015). Atypical Spanish: el extraño caso de las críticas ministerialmente correctas. En Cascajosa, C. (ed.), *Dentro de El ministerio del Tiempo* (pp. 7-15). Alcalá de Henares: Léeme Libros.
- Del Ama, J. C., López Vidales, N., Román, A. y Irisarri, J.M. (2011a). La imagen multisoportada. En Borreguero Alcudia, M., Legorburu Hortelano, J.M., López Delgado, L. y Ruiz Gómez, S. (coords.), *Competidores y Aliados. Medios en convergencia, los nuevos retos en comunicación* (pp. 71-90). Madrid: CEU Ediciones.
- Del Ama, J. C., Barceló Ugarte, T. y Sánchez Martínez, M. (2011b). HbbTV hacia un modelo de convergencia en televisión. En Borreguero Alcudia, M., Legorburu Hortelano, J. M., López Delgado, L. y Ruiz Gómez, S. (coords.), *Competidores y Aliados. Medios en convergencia, los nuevos retos en comunicación* (pp. 191-204). Madrid: CEU Ediciones.
- Del Pino, C. y Aguado, E. (2012). Internet, Televisión y Convergencia: nuevas pantallas y plataformas de contenido audiovisual en la era digital. El caso del mercado audiovisual en España. *Observatorio Journal*, 6(4), pp. 57-75.
- Dena, C. (2009). *Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World across Distinct Media and Environments*. (Tesis Doctoral). University of Sidney, Australia.
- Diego, P. (2010). *La Ficción en la Pequeña Pantalla. Cincuenta Años de Series en España*. Pamplona: Editorial EUNSA.
- Dinucci, D. (1999, Julio). Fragmented Future. *Print Magazine*. Obtenido de [http://dareyd.com/fragmented\\_future.pdf](http://dareyd.com/fragmented_future.pdf)
- Elogia, marketing4 eCommerce. (20 de abril de 2016). *Estudio Anual de Redes Sociales*. Obtenido en <http://www.iabspain.net/wp->

content/uploads/downloads/2016/04/IAB\_EstudioRedesSociales\_2016\_VCorta.pdf

- Establés Heras, M. J. y Rivera pinto, D. (2015). Ministéricos en Twitter y WhatsApp, o cómo el poder de los fans puede mover montañas. En Cascajosa, C. (ed.), *Dentro de El ministerio del Tiempo* (pp. 211-217). Alcalá de Henares: Léeme Libros.
- Evans, E. (2008). Character, Audience agency and Trans-Media Drama. *Media, Culture and Society*, 30(1), pp. 297-213.
- Felipe López, A. R. (2010). Influencia del Anime en el Cine de Acción. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, (21), pp. 279-315.
- Fernández Castrillo, C. (2013). Prácticas transmedia en la era del prosumidor: hacia una definición de Contenido Generado por Usuarios (CGU). *Cuadernos de Información y Comunicación*, 19, pp. 53-67. doi: [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_CIYC.2014.v19.43903](http://dx.doi.org/10.5209/rev_CIYC.2014.v19.43903)
- Formoso Barro, M. (2015). Narrativas transmedia en las series de ficción. El caso de Ciega a Citas y Sin Identidad. En Rodríguez Ferrándiz, R. y Tur Viñes Victoria (coords.), *Narraciones sin fronteras. Transmedia storytelling en la ficción, la información, el documental y el activismo social y político. Cuadernos Artesanos de Comunicación*, 81, (pp. 99-113). La Laguna (Tenerife, España): Latina.
- Formoso Barro, M., Martínez Costa, S. y Sanjuán-Pérez, A. (2016). La ficción nacional y los nuevos modelos narrativos en la autopromoción de Atresmedia. *Icono 14*, 14(1), pp. 211-232. doi: 10.7195/ri14.v14i1.910
- Franquet, R. (2010). La convergencia tecnológica como dinamizadora de los contenidos cross-media. En Francés i Domènec (coord.), *Contenidos y formatos de calidad en la nueva televisión* (pp. 161-176). Madrid: Instituto RTVE.
- Franquet, R., Ribes, X. y Zoppeu, M. (2012). La adecuación de la estructura organizativa a las exigencias de una producción cross-media: el caso de la televisión pública italiana. *Cuadernos de Información*, 31, pp. 21-38. doi: 10.7764/cdi.31.438
- Francés i Domènec, M. (2015). La Producción Audiovisual en el Entorno Transmedia: Movilidad, Interactividad y Accesibilidad. En Francés i

- Domènec, M., Llorca Abad, G. y Peris Blanes, À. (coords.), *La Televisión Conectada en el Entorno Transmedia* (pp. 167-186). Pamplona: Eunsa.
- Funk, T. (2009). *Web 2.0 and beyond. Understanding the New Online Business Models, Trends, and Technologies*. Westport: Praeger Publishers
  - García Avilés, A. y González Esteban, J. L. (2012). Convergencia multiplataforma en medios audiovisuales: el caso de Telecinco. En Borreguero Alcudia, M., Legorburu Hortelano, J. M., y Barceló Ugarte, T. (coord.), *Convergencia de Medios: Nuevos Desafíos para una Comunicación global* (pp. 125-137). Madrid: CEU Ediciones.
  - García Carrizo, J. y Herrero Díaz, O. (2015). Propuesta de un modelo genérico de análisis de la estructura de las narrativas transmedia. *Icono 14*, 13(2), pp. 260-285. doi: 10.7195/ri14.v13i2.745
  - García Galera, M<sup>a</sup>. C. y Berganza Conde, M<sup>a</sup>. R. (2005). El método científico aplicado a la investigación en Comunicación Mediática. En Berganza Conde, M<sup>a</sup>. R. y Ruiz San Román, J.A. (coords.), *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación* (pp. 19-42). Madrid: McGraw Hill.
  - García García, F. (2006). De la convergencia tecnológica a la convergencia comunicativa en la educación y el progreso. *Icono14*, (7), pp. 1-19.
  - García García, F., Gertúdriz Barrio, F., Durán Medina, J. F., Gamonal Arroyo, R. y Gálvez de la Cuesta, M<sup>a</sup>. C. (2011). Señas de identidad del “nativo digital”. Una aproximación teórica para conocer las claves de su unicidad. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, (22), pp. 110-127.
  - Gifreu Castells, A. (2015). Ámbitos de Aplicación de la Narrativa Transmedia. En Francés i Domènec, M., Llorca Abad, G. y Peris Blanes, À. (coords.), *La Televisión Conectada en el Entorno Transmedia* (pp. 67-93). Pamplona: Eunsa.
  - Giovagnoli, M. (2011). *Transmedia Storytelling. Imagery, shapes and techniques*. Pittsburg: ETC Press
  - Godino Cueto, I., Herranz García, C., San José Beltrán, L., Velasco Pírex, A. y Álvarez Casal, P. (2016). *Curiosidades de la Historia con El Ministerio del Tiempo*. Barcelona: Espasa

- Gómes Franco e Silva, F. (2012). Traspasando la pequeña pantalla. Las redes sociales en las series de ficción. En Puebla Martínez, B., Carrillo Pascual, E., y Íñigo Jurado, A. I. (ed.), *Ficcionando. Series de Televisión a la Española* (pp. 261-278). Madrid: Fragua
- Gómez, F. y Bort, I. (2009). Del cine a la televisión: de 24 fotogramas por segundo a 24 episodios por temporada. *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 6 (1), 25-41.
- Grandío, M. (2012). Transmedia audiences and television fiction: A comparative approach between *Skins* (UK) and *El Barco* (Spain). *Participations*, 9(2), pp. 558-574.
- Grandío, M. (2015). El papel del fandom en la valoración positiva de una película. The World Hobbit Project y la audiencia mundial de *El Hobbit*. *Sphera Pública*, 1 y 2(15), pp. 21-33.
- Guarinos, V. y Gordillo, I. (2013). Acciones didácticas para la enseñanza de escritura del guion en el entorno *crossmedia*. En Guarinos V. y Sedeño, A. (coord.), *Narrativas audiovisuales digitales. Convergencia de medios, multiculturalidad y transmedia* (pp. 315-342). Madrid: Fragua.
- Guerrero Pico, M. (2010). *Internet, narrativa transmedia y fenómeno fan en la construcción de ficción televisiva. Aproximación al posicionamiento de mercado en soportes multimedia*. (Tesis de máster). Universidad de Santiago de Compostela, España.
- Guerrero Pico, M. (2012). La red enmarañada: narrativa transmedia en ficción femenina. El caso de *Infidels* y *Mistresses*. *Signo y Pensamiento*, 31(61), pp. 74-90.
- Guerrero Pico, M. (2014). Webs televisivas y sus usuarios: un lugar para la narrativa transmedia. Los casos de “Águila Roja” y “Juego de Tronos” en España. *Comunicación y Sociedad*, (21), pp. 239-267.
- Guerrero Pico, M. (2015). *Historias más allá de lo filmado: Fan fiction y narrativa transmedia en series de televisión*. (Tesis doctoral). Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.
- Hanson, M. (2006). *Cine digital: escenarios de ciencia ficción*. Barcelona: Editorial Océano.

- Harvey, C. (2014). A Taxonomy of Transmedia Storytelling. En Ryan, M. L. y Thon, J. (eds.), *Storyworlds across Media. Toward a Media-Conscious Narratology* (pp. 278-294). Lincoln and London: University of Nebraska press.
- Hayes, G. (2011). *How to write a transmedia production bible. A template for multi-platform producers*. Disponible en <https://www.screenaustralia.gov.au/getmedia/33694e05-95c2-4a05-8465-410fb8a224aa/Transmedia-production-bible-template.pdf?ext=.pdf>
- Heeter, C. (1989). Implications of New Interactive Technologies for Conceptualizing Communication. En Salvaggio, J. y Bryant, J. (Eds.), *Media Use in the Information Age: Emerging Patterns of Adoption and Consumer Use* (217-235). Londres: Lawrence Erlbaum Associates Publishers. Obtenido en [https://www.researchgate.net/publication/246430415\\_Implications\\_of\\_New\\_Interactive\\_Technologies\\_for\\_Conceptualizing\\_Communication](https://www.researchgate.net/publication/246430415_Implications_of_New_Interactive_Technologies_for_Conceptualizing_Communication)
- Herman, J. (2009). Image de l'auteur et création d'un ethos fictif à l'Âge classique. *Argumentation et Analyse du Discours*, 3, pp. 1-13. Obtenido en <https://aad.revues.org/672>. Recuperado el 10/10/16.
- Hesles Sánchez, G. J. (2011). Elois y Morlocks. Darwin y la maquina del tiempo. Wells y Mendizábal, visiones contrapuestas de una evolución imaginada. *Revista de Estudios Literarios*, 48. Obtenido de <https://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero48/elowells.html>. Recuperado el 26/09/16.
- Hills, M. (2015). LEGO Dimensions meet Doctor Who: Transbranding and New Dimensions of Transmedia Storytelling?. *Icono 14*, 14(1), pp. 8-29. doi: 10.7195/ri14.v14i1.942
- Iser, W. (1988). El proceso de la lectura: un enfoque fenomenológico. En Alcides Jofré, M. y Blanco, M. (eds.), *Para leer al lector* (pp. 29-51). Santiago de Chile: Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación, Facultad de Historia Geografía y Letras.
- Ivanov Mollov, P. (2006). Problemas teóricos en torno a la parodia. El “apogeo” de la parodia en la poesía española de la época barroca. *Revista*



- electrónica de estudios filológicos*, (11). Obtenido en <http://www.um.es/tonosdigital/znum11/estudios/12-parodia.htm>
- Jenkins, H. (2003, 15 de enero). Transmedia Storytelling: Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. *Technology Review*. Obtenido en <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/>
  - Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicación.
  - Jenkins, H. (2009a). *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós Comunicación.
  - Jenkins, H. (2009b, 12 de diciembre). *The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling*. Obtenido en [http://henryjenkins.org/2009/12/the\\_revenge\\_of\\_the\\_origami\\_uni.html](http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html)
  - Jenkins, H. (2010a). *Piratas de Textos. Fans, cultura participativa y televisión*. Barcelona: Paidós Comunicación.
  - Jenkins, H. (2010b). Transmedia Storytelling and Entertainment: An annotated syllabus. *Continium: Journal of Media & Cultural Studies*. 24(6), pp. 943-958. Doi: 10.1080/10304312.2010.510599
  - Klastrup, L. y Tosca, S. (2004). Transmedial Worlds – Rethinking Cyberworlds Design. En *Proceedings of the 2004 International Conference on Cyberworlds*, (pp. 409-416). Los Alamitos, CA: IEEE Computer Society. Obtenido en [http://www.itu.dk/people/klastrup/klastruptosca\\_transworlds.pdf](http://www.itu.dk/people/klastrup/klastruptosca_transworlds.pdf)
  - Klastrup, L. y Tosca, S. (2014). Game of Thrones. Transmedial Worlds, Fandom, and Social Gaming. En Ryan, M. L. y Thon, J. (eds.), *Storyworlds across Media. Toward a Media-Conscious Narratology* (pp. 295-314). Lincoln and London: University of Nebraska press.
  - Laccalle, C. (2010). As novas narrativas da ficção televisiva e Internet. *Matrizes*, (2), pp. 79-102.
  - Laccalle, C. (2011). La ficción interactiva: televisión y Web 2.0. *Ámbitos*, (20), pp. 87-107.

- Lacalle, C. (2013). *Jóvenes y ficción televisiva. Construcción de identidad y transmedialidad*. Barcelona: Editorial UOC.
- Lastra, A. (2015). El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia. *Icono 14*, 14(1), pp. 71-94. doi: 10.7195/ri14.v14vi1.902
- Leavenworth, M. (2011). Transmedia Texts and Serialized Narratives. *Transformative Works and Cultures*, 8. doi:10.3983/twc.2011.0361
- Leavenworth, M. (2014). Transmedial Narrations and Fan Fiction. The Storyworld of the Vampire Diaries. En Ryan, M. L. y Thon, J. (eds.), *Storyworlds across Media. Toward a Media-Conscious Narratology* (pp. 315-331). Lincoln and London: University of Nebraska press.
- Lèvy, P. (2004). Inteligencia colectiva. Obtenido en <http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/public/documents/pdf/es/inteligenciaColectiva.pdf>
- Liébana Liébana, R. (2015). Presentando el Ministerio: una aproximación a la puesta en escena. En Cascajosa, C. (ed.), *Dentro de El ministerio del Tiempo* (pp. 173-179). Alcalá de Henares: Léeme Libros.
- Llorca Abad, G. (2010). El crowdfunding y el cross-media ante los retos del audiovisual. En Francés i Domènec (coord.), *Contenidos y formatos de calidad en la nueva televisión* (pp. 227-246). Madrid: Instituto RTVE.
- Llorca Abad, G. (2015). Contenidos para la Convergencia Mediática. En Francés i Domènec, M., Llorca Abad, G. y Peris Blanes, À. (coords.), *La Televisión Conectada en el Entorno Transmedia* (pp. 95-112). Pamplona: Eunsa.
- Long, G. (2007). *Transmedia Storytelling. Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company*. (Tesis de maestría). Massachusetts Institute of Technology, Massachusetts, Estados Unidos de América.
- Long, G. (2011). *How to Ride a Lion. A Call for a Higher Transmedia Criticism*. (C3 Researcher Memory). Massachusetts Institute of Technology, Massachusetts, Estados Unidos de América.

- Lorente Muñoz, P. (2015). La biblioteca del Ministerio. En Cascajosa, C. (ed.), *Dentro de El ministerio del Tiempo* (pp. 99-106). Alcalá de Henares: Léeme Libros.
- Marcos, N. (2015). Una serie para la generación Twitter. En Cascajosa, C. (ed.), *Dentro de El ministerio del Tiempo* (pp. 199-201). Alcalá de Henares: Léeme Libros.
- Marín, A. (18 de enero de 2011). *Reflexiones sobre la narrativa transmedia*. Obtenido en <http://mosaic.uoc.edu/2011/01/18/reflexiones-sobre-la-narrativa-transmedia/>
- Martín Pérez, M<sup>a</sup>. A., Vivar Zurita, H., Vinader Segura, R., García García, A., Abuin Vences, N. y Zurián Hernández, F. (2011). La hibridación de la televisión tradicional: La televisión conectada. En García García, F. (dirección) y Gértrudix Barrio, M. y Gértrudix Barrio, F. (coord.), *Actas II Congreso Internacional Sociedad Digital Espacios para la Interactividad y la Inmersión*. Madrid: Icono14.
- Martínez Arias, S. y Mena Muñoz, S. (2013). Televisión en Internet. Introducción y prognosis de una revolución en el mercado audiovisual. *Ámbitos Comunicación*. Obtenido en <http://ambitoscomunicacion.com/2013/television-en-internet-introduccion-y-prognosis-de-una-revolucion-en-el-mercado-audiovisual/>
- Martínez Gutiérrez, F. y Cabezuelo Lorenzo, J. (2010). Interactividad. Revisión conceptual y contextual. *Icono 14*, (15), pp. 9-21.
- Mateos, C. (2013). La narrativa audiovisual informativa: transmediación, hibridación y nuevos retos para los medios online. En Guarinos V. Y Sedeño, A. (coord.), *Narrativas audiovisuales digitales. Convergencia de medios, multiculturalidad y transmedia* (pp. 71-114). Madrid: Fragua.
- McKee, R. (2011). *El guion. Sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. Barcelona: Alba editorial.
- Mena Muñoz, S. (2015). El reto de la información audiovisual en la transmedia: diseñar contenidos hoy para una narración multiplataforma. En García González, C., Meléndez Valoria, V. y García Triviño, F.

- (coords.), *Proyectos y Metodologías de Diseño Dual* (pp. 147-155). Madrid: Editorial ESNE.
- Merelo, A. (2015). El viaje en el tiempo en la ciencia ficción española: los antecedentes. En Cascajosa, C. (ed.), *Dentro de El ministerio del Tiempo* (pp. 37-44). Alcalá de Henares: Léeme Libros.
  - Miranda Galbe, J. y Figuro Espadas, J. (2016). El rol del prosumidor en la expansión narrativa transmedia de las historias de ficción en televisión: el caso de 'El Ministerio del Tiempo'. *index.comunicación*, 6(2), pp. 115-134.
  - Mittel, J. (2009, 25 de febrero). *To Spread or to Drill?* Obtenido en <https://justtv.wordpress.com/2009/02/25/to-spread-or-to-drill/>
  - Mitell, J. (2014). Strategies of Storytelling on Transmedia Television. En Ryan, M. y Thon, J. (eds.), *Storyworlds across Media. Toward a Media-Conscious Narratology* (pp. 253-277). Lincoln and London: University of Nebraska press.
  - Montoya, D., Vásques Arias, M. y Salinas Arboleda, H. (2013). Sistemas intertextuales transmedia: exploraciones conceptuales y aproximaciones investigativas. *Co-herencia*, 10(18), pp. 137-159.
  - Mora, V. L. (2014). Acercamiento al problema terminológico de la narratividad transmedia. *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital*, 3(1), pp. 11-40.
  - Morales Morante, F. y Hernández, P. (2012). La webserie: convergencias y divergencias de un formato emergente de la narrativa en Red. *Revista Comunicación*, 10(1), pp. 140-149.
  - Moreno, I. (2016). El hipermedia móvil como nuevo medio y su protagonismo en la creación transmedia. *Revista Kepes*, (13), pp. 157-170.
  - Olivares, P., Olivares, J. y Schaaff, A. (2016). *El Ministerio del tiempo*. Madrid: Ocho y Medio.
  - O'Reilly, T. (2005, 30 de septiembre). *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Obtenido en <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>
  - Organista-Sandoval, J., McAnally Salas, L. y Lavigne, G. (2013). El teléfono inteligente (smartphone) como herramienta pedagógica. *Apertura*,

- Revista de Innovación Educativa*, 5(1). Obtenido en <http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura/article/view/372/311>
- Paíno Ambrosio, A. y Rodríguez Fidalgo, M. (2015). Renovarse o morir. Los ‘docugames’, una nueva estrategia transmedia que reinventa las formas de transmitir la realidad. *Icono 14*, 14(1), pp. 155-180. doi: 10.7195/ri14.v12i1.908
  - PGA New Media Council (2007, 2 de octubre). *Transmedia Storytelling Identikit by Jeff Gomez*. Obtenido en [http://pganmc.blogspot.com.es/2007\\_10\\_02\\_archive.html](http://pganmc.blogspot.com.es/2007_10_02_archive.html)
  - Perales Bazo, F. (2011). La realidad mediatizada: el reality show. *Revista Comunicación*, 1(9), pp. 120-131.
  - Peris Blanes, À. (2015). El Relato Transmedia en la Ficción Histórica para Televisión. En Francés i Domènec, M., Llorca Abad, G. y Peris Blanes, À. (coords.), *La Televisión Conectada en el Entorno Transmedia* (pp. 113-142). Pamplona: Eunsa.
  - Perryman, N. (2008). Doctor Who and the Convergence of Media. A Case of Study in ‘Transmedia Storytelling’. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1), pp. 21-39. doi: 10.1177/1354856507084417
  - Pimentel, A. (2016, 27 de enero). *Abierto el plazo para solicitar el ingreso en el grupo exclusivo de WhatsApp de 'El Ministerio del Tiempo' (segunda temporada)*. Obtenido en <http://www.rtve.es/television/20160127/grupo-whatsapp-ministerio-del-tiempo-segunda-temporada/1291164.shtml>. Recuperado el 23/12/16.
  - Piñeiro Otero, T. y Costa Sánchez, C. (2012). Nuevas narrativas multiplataforma para nuevos usuarios en la era de la convergencia. En Borreguero Alcuía, M., Legorburu Hortelano, J. M., y Barceló Ugarte, T. (coord.), *Convergencia de Medios: Nuevos Desafíos para una Comunicación global* (pp. 419-434). Madrid: CEU Ediciones.
  - Piñeiro Otero, T. y Costa Sánchez, C. (2013). De series españolas de éxito a producciones audiovisuales transmediáticas. Análisis de Águila Roja, El Barco y Amar en tiempos revueltos. *Estudios sobre el mensaje*

- periodístico*, 19 (esp. abril), pp. 925-934. doi:  
[http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2013.v19.42175](http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42175)
- Prádanos, E. (2012a, 2 de marzo). *¿Cuál es la diferencia entre Transmedia, Crossmedia, multiplataforma, merchandising y productos licenciados?*. Obtenido en <https://eduardoprados.com/2012/03/02/cual-es-la-diferencia-entre-transmedia-crossmedia-multiplataforma-merchandising-y-productos-licenciados/>
  - Prádanos, E. (2012b). *Cómo escribir una Biblia Transmedia*. Disponible en <http://guionactualidad.uab.cat/wp-content/uploads/2013/01/Como-escribir-una-Biblia-Transmedia.pdf>
  - Pratten, R. (2011). *Getting Started in Transmedia Storytelling. A Practical Guide for Beginners*. Disponible en <https://talkingobjects.files.wordpress.com/2012/01/book-by-robert-pratten.pdf>
  - Presnky, M. (2001). Digital natives, digital inmigrants. *On the horizon*, 9(5), pp. 1-6. También disponible en:  
<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>
  - Producer's Guild of America (n.d.). *Code of credits- New media*. Obtenido en [http://www.producersguild.org/?page=coc\\_nm#transmedia](http://www.producersguild.org/?page=coc_nm#transmedia)
  - Puebla Martínez, B., Gomes-Franco e Silva, F., y Carrillo Pascual, E. (2015). Intramedialidad en el universo Telecinco: el caso de Supervivientes. En Rodríguez Ferrándiz, R. y Tur Viñes Victoria (coords.), *Narraciones sin fronteras. Transmedia storytelling en la ficción, la información, el documental y el activismo social y político. Cuadernos Artesanos de Comunicación*, 81, (pp. 63-79). La Laguna (Tenerife, España): Latina.
  - Rajas, M, y Sierra Sánchez, J. (2010). El tiempo narrativo en el montaje interno. *Prisma Social*, (4), pp. 1-23.
  - Rajas, M. (2013). *Tecnologías Audiovisuales en la Era Digital*. Madrid: Fragua.
  - Real Academia Española. (1997). *Diccionario de la lengua española*, tomo 2 (21.a ed.). Madrid, España: Autor.

- Rey, A. (2015). La puerta de los seriéfilos. En Cascajosa, C. (ed.), *Dentro de El ministerio del Tiempo* (pp. 3-6). Alcalá de Henares: Léeme Libros.
- Roig, A. (2009). *Cine en Conexión. Producción Industrial y Social en la Era “Cross-Media”*. Barcelona: Editorial UOC
- Rodríguez Ferrándiz, R. (2014). El relato por otros medios: ¿un giro transmediático?. *CIC, Cuadernos de Información y Comunicación*, 19, pp. 19-37.
- Rodríguez Ferrándiz, R., Ortiz Gordo, F. y Sáez Núñez, V. (2014). Contenidos transmedia de las teleseries españolas: clasificación, análisis y panorama en 2013. *Communication & Society*, 27(4), pp. 73-94.
- Rodríguez Ferrándiz, R. (2015). El cuento de nunca acabar: precuelas y secuelas de la narración transmedia. En Rodríguez Ferrándiz, R. y Tur Viñes, V. (coords.), *Narraciones sin fronteras. Transmedia storytelling en la ficción, la información, el documental y el activismo social y político. Cuadernos Artesanos de Comunicación*, 81, (pp. 21-40). La Laguna (Tenerife, España): Latina.
- Rodríguez Fidalgo, M. y Molpeceres Arnáiz, S. (2015). Transmedia: Hacia un nuevo modelo de construir, transmitir y compartir narrativas. Estudio de caso de Panzer Chocolate. En Rodríguez Ferrándiz, R. y Tur Viñes, V. (coords.), *Narraciones sin fronteras. Transmedia storytelling en la ficción, la información, el documental y el activismo social y político. Cuadernos Artesanos de Comunicación*, 81, (pp. 81-98). La Laguna (Tenerife, España): Latina.
- Rodríguez Fidalgo, M. y Paíno Ambrosio, A. (2015). La creación del universo transmedia en la serie de ficción de RTVE “El Ministerio del Tiempo”. Del guion literario al fenómeno fan de los “ministéricos”. En De los Medios a los Metadatos. I Simposio de la Red Internacional de Investigadores de Gestión de la Comunicación en A Coruña, España.
- Rodríguez Mansilla, F. (2015). “Tiempo de Pícaros”: la picaresca en El Ministerio del Tiempo. *Impossibilia*, 10, pp.74-96. ISSN 2174-2464.
- Rodríguez Martín, M. (2005). Teorías sobre la adaptación cinematográfica. *El Cuento en la Red: Estudios sobre la Ficción Breve*, (12), pp. 11-26.

- Rodríguez Mateos, D. y Hernández Pérez, T. (2015). Televisión social en series de ficción y nuevos roles del documentalista audiovisual: El caso de ‘El Ministerio del Tiempo’. *index.comunicación*, 5(3), pp. 95-120. ISSN: 2174-1859.
- Rosendo Sánchez, N. (2015a). The Map Is Not the Territory. Bible and Canon in the Transmedial World of Halo. *Image*, (22), pp. 54-64
- Rosendo Sánchez, N. (2015b). Lo fantástico en Alan Wake: Remediación, intermedialidad, transmedialidad. *Brumal*, 3(1), pp. 73-93. doi: <http://dx.doi.org/10.5565/rev/brumal.181>
- Rosendo Sánchez, N. (2016). Mundos transmediales: revisión conceptual y perspectivas teóricas del arte de crear mundos. *Icono 14*, 14(1), pp. 49-70. doi: 10.7195/ri14.v14i1.930
- Rodríguez Terceño, J., Barquero Cabrero, M. y Alonso Mosquera, H. (11 de febrero de 2016). El éxito “transmedia” de “*El Ministerio del Tiempo*”. En J. Benavides (presidencia), XVII Foro de Investigación en Comunicación. Medios de Comunicación, Tendencias y Futuro. Foro llevado a cabo en la Universidad de Murcia (España).
- Rubio-Hernández, M. y Raya Bravo, I. (2015). Amelia Folch: entre la dama decimonónica y la heroína del siglo XXI. En Cascajosa, C. (ed.), *Dentro de El Ministerio del Tiempo* (pp. 137-144). Alcalá de Henares: Léeme Libros.
- Rubira García, R. (2012). Interactividad y participación en las webseries españolas. En Puebla Martínez, B., Carrillo Pascual, E., y Íñigo Jurado, A.I. (ed.), *Ficcioneando. Series de Televisión a la Española* (pp. 241-260). Madrid: Fragua
- Rueda Laffond, J. C. y Coronado Ruiz, C. (2016). Historical science fiction: from television memory to transmedia memory in *El Ministerio del Tiempo*. *Journal of Spanish Cultural Studies*, 17(1), pp. 87-101.
- Ryan, M. L. (2005). Defining Media from the Perspective of Narratology. *Århus : Handelshøjskolen i Århus, Institut for Sprog og Erhvervs kommunikation*, 14 s. (VÆRK working paper series). Obtenido en [http://pure.au.dk/portal/files/7562/M-L\\_Ryans\\_paper.pdf](http://pure.au.dk/portal/files/7562/M-L_Ryans_paper.pdf)



- Ryan, M. L. (2013). Transmedial Storytelling and Transfictionality. *Poetics Today*, 34(3), pp. 361-388. doi: 10.1215/03335372-232525
- Ryan, M. L. (2014). Story/Worlds/Media: Tuning the Instruments of a Media-Conscious Narratology. En Ryan, M. L. y Thon, J. (eds.), *Storyworlds across Media. Toward a Media-Conscious Narratology* (pp. 25-49). Lincoln and London: University of Nebraska press.
- Sáez de Adana, F. (2015). La física de las puertas del tiempo. En Cascajosa, C. (ed.), *Dentro de El Ministerio del Tiempo* (pp. 241-248). Alcalá de Henares: Léeme Libros.
- Salaverría, R. (2003). Convergencia de los medios. *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*, (81) pp. 32-39.
- Salaverría, R. y García Avilés, J. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Trípodos*, (23), pp. 31-47.
- Sánchez Aranda, J.J. (2005), Análisis de contenido cuantitativo de medios. En Berganza Conde, M<sup>a</sup>. R. y Ruiz San Román, J. A. (coords.), *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación* (pp. 207-228). Madrid: McGraw Hill.
- Sánchez Castillo, S. y Galán, E. (2016). Narrativa transmedia y percepción cognitiva en *El Ministerio del tiempo* (TVE). *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 508-526.
- Sánchez Noriega, J. L. (2006). *Historia del cine. Teoría y géneros cinematográficos, fotografía y televisión*. Madrid: Alianza editorial.
- Scolari, C. A. (2008). Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. *Diálogos de la comunicación*, (77), pp. 1-9.
- Scolari, C. A. (2009a). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Editorial Gedisa
- Scolari, C. A. (2009b). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication*. 3(2009), pp. 568-606.

- Scolari, C. A. (2009c). The Grammar of Hypertelevision: An Identikit of Convergence-Age Fiction Television (Or, How Television Simulates New Interactive Media). *Journal of Visual Literacy*, 28(1), pp. 28-49.
- Scolari, C. A. (2010a, 4 de febrero). *Narrativas transmedia: 15 principios*. Obtenido en <https://hipermediaciones.com/2010/02/04/narrativas-transmedia-15/>
- Scolari, C. A. (2010b, 3 de abril). *Identikit de las narrativas transmediáticas (según Jeff Gómez)*. Obtenido en <https://hipermediaciones.com/2010/04/03/identikit-de-las-narrativas-transmediaticas-segun-jeff-gomez/>
- Scolari, C.A., Jiménez, M. & Gerrero, M. (2012a). Narrativas transmediáticas en España: cuatro ficciones en busca de un destino cross-media. *Comunicación y Sociedad*. 25(1), pp. 137-163.
- Scolari, C. A., Fernández de Azcárate, S., Garín, M., Guerrero, M., Jiménez, M., Martos, A., Obradors, M., Oliva, M., Pérez, Ó. & Pujadas, E. (2012b). Narrativas transmediáticas, convergencia audiovisual y nuevas estrategias de comunicación. *Quaderns del CAC*, 15(1), pp.79-89.
- Scolari, C. A. (2013a). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto
- Scolari, C. A. (2013b). Lostology: Transmedia storytelling and expansion/compression strategies. *Semiótica*, 2013(195), pp. 45-68. doi: 10.1515/sem-2013-0038
- Scolari, C. A. (2015). Regreso al Ministerio del Tiempo. En Cascajosa, C. (ed.), *Dentro de El Ministerio del Tiempo* (pp. 227-230). Alcalá de Henares: Léeme Libros.
- Scolari, C. A. (8 de septiembre de 2016). De las narrativas a la lógica transmedia. En N. Lugo (organización). Conferencia magistral llevada a cabo en el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, campus de Querétaro.
- Schaaf, A. y Pascual, J (2016). *El tiempo es el que es*. Barcelona: Plaza&Janés.
- Sedeño, A. (2013). Nueva recepción en el panorama audiovisual contemporáneo: prácticas del nuevo espectador en los medios digitales. En Guarinos V. y Sedeño, A. (coord.), *Narrativas audiovisuales*

- digitales. Convergencia de medios, multiculturalidad y transmedia* (pp. 55-70). Madrid: Fragua.
- Segura Díez, M<sup>a</sup>. C. y Cerdán Molina, V. (2015). Visibilidad, pantallas y poliedros: de Irene Larra al universo de los y las #cayetaners. En Cascajosa, C. (ed.), *Dentro de El ministerio del Tiempo* (pp. 145-152). Alcalá de Henares: Léeme Libros.
  - Sierra Sánchez, J. (2007). Los nuevos medios de comunicación estratégica hacia el consumidor. *Revista de la SEECI*, (14), pp. 17-34.
  - Simelio, N. y Ruiz, M. J. (2013). Redes sociales y fanfiction. En Vilches, L. (coord.), *Convergencia y transmedialidad. La ficción después de la TDT en Europa e Iberoamérica* (pp. 67-82). Barcelona: Gedisa
  - Smith, A. (2009). *Transmedia Storytelling in Television 2.0. Strategies for Developing Television Narratives Across Media Platforms*. (Honors Thesis). Middlebury College: Estados Unidos.
  - Such, M. (2015). El Ministerio de las Maravillas. En Cascajosa, C. (ed.), *Dentro de El ministerio del Tiempo* (pp. 95-97). Alcalá de Henares: Léeme Libros.
  - Such, M. (5 de abril de 2016). 'Vis a Vis' da el salto al Reino Unido en VOD de Channel 4. Obtenido en <http://www.vayatele.com/ficcion-nacional/vis-a-vis-da-el-salto-al-reino-unido-en-el-vod-de-channel-4>
  - Toffler, A. (1985). *La tercera ola. Volumen 1*. Barcelona: Ediciones Orbis.
  - Tornero, A. (2005). Indeterminaciones y espacios vacíos en Roman Ingarden y Wolfgang Iser. *Anuario de letras modernas*, 13, pp. 159-176. Obtenido en: [http://www.journals.unam.mx/index.php/al\\_modernas/article/view/31058/28760](http://www.journals.unam.mx/index.php/al_modernas/article/view/31058/28760)
  - Tur Viñes, V. y Rodríguez Ferrándiz, R. (2014). Transmedialidad: series de ficción y redes sociales. El caso de Pulseras Rojas en el grupo oficial de Facebook. *Cuadernos.info*, (34), pp. 115-131. doi: 10.7764/cdi.34.594
  - Tur Viñes, V. (2015). Engagement, Audiencia y Ficción. En Rodríguez Ferrándiz, R. y Tur Viñes Victoria (coords.), *Narraciones sin fronteras. Transmedia storytelling en la ficción, la información, el documental y el*

- activismo social y político. Cuadernos Artesanos de Comunicación, 81*, (pp. 41-59). La Laguna (Tenerife, España): Latina.
- Úbeda, J. E. (2013). La Televisión Conectada: Smart TV, IP TV, y OTT. Concepto e Implicaciones sobre el Modelo de Negocio y Taxonomía en el Nuevo Ecosistema Digital Español. En Vilches, L. (coord.), *Convergencia y transmedialidad. La ficción después de la TDT en Europa e Iberoamérica* (pp. 43-64). Barcelona: Gedisa.
  - Vaca Berdayes, R. y Bardají, J. (2011). Ideas y formatos para una nueva televisión. En Borreguero Alcudia, M., Legorburu Hortelano, J. M., López Delgado, L. y Ruiz Gómez, S. (coords.), *Competidores y Aliados. Medios en convergencia, los nuevos retos en comunicación* (pp. 91-106). Madrid: CEU Ediciones.
  - Vaca Berdayes, R. (2015). Hacia un Nuevo Consumo Audiovisual: TV e Internet. En Francés i Domènec, M., Llorca Abad, G. y Peris Blanes, À. (coords.), *La Televisión Conectada en el Entorno Transmedia* (pp. 145-166). Pamplona: Eunsa.
  - Varona Aramburu, D. y Lara Toledo, P. (2015). “Be ministérico, my friend” Diseño de una estrategia transmedia. En Cascajosa, C. (ed.), *Dentro de El Ministerio del Tiempo* (pp. 203-210). Alcalá de Henares: Léeme Libros.
  - Vila Fumás, P., Barceló Ugarte, T. y Fuentes Cortina, G. (2015). La Televisión Inteligente en el Nuevo Espacio Televisivo. El Espectador Activo y los Nuevos Lenguajes. En Francés i Domènec, M., Llorca Abad, G. y Peris Blanes, À. (coords.), *La Televisión Conectada en el Entorno Transmedia* (pp. 27-41). Pamplona: Eunsa.
  - Vilches, L. (2013). Convergencia y transmedialidad. La ficción después de la TDT en Europa e Iberoamérica. En Vilches, L. (coord.), *Convergencia y transmedialidad. La ficción después de la TDT en Europa e Iberoamérica* (pp. 27-41). Barcelona: Gedisa.
  - Vivar Zurita, H. y García García, A. (2009). La interactividad: concepto y factor de impulso de la TDT. Un caso práctico: Proyecto Sports ITV. *Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, (9), pp. 207-222.

- Vivar Zurita, H. y Vinader Segura, R. (2011). El impulso de la industria de los contenidos digitales. *Cuadernos de información y comunicación*, 16, pp. 115-124.
- Vivar Zurita, H. (2010). Necesidades comunicativas de los grupos multimedia para el desarrollo y la formación de sus trabajadores en la era de la televisión digital. *Revista Icono14*, 2, pp. 57-71.

# **ANEXOS**

## **ANEXO I: CONTENIDOS DE ‘EL MINISTERIO DEL TIEMPO’ ANALIZADOS. ORGANIZADOS POR SECCIÓN.**

**Contenido 1001: ‘Capítulos’ emitidos en televisión, *streaming* y ‘a la carta’. Véase tabla 17 página 181 –21 contenidos–.**

**Contenido 1002: ‘Los secretos del Ministerio’ y ‘Los mejores momentos del capítulo’ –115 contenidos–**

- Así es el Ministerio.
- Rodolfo Sancho es Curro Jiménez.
- Amelia Folch, la primera universitaria.
- Alonso de Entrerríos, un soldado de los Tercios.
- Julián, el último fichaje.
- Lope, Amelia...y también Julián.
- Alonso viaja al pasado.
- Dos Alonso Entrerríos en la Armada.
- La patrulla cambia la Historia.
- La verdad de Angustias.
- Amelia Folch ante su tumba.
- La reprimenda de Salvador a Velázquez.
- Lola Mendieta y Amelia Folch, frente a frente.
- Ambrosio Espínola irrumpe en el Ministerio.
- Hitler, al borde de la muerte.
- ¿De qué época es Ernesto?
- Isabel y Fernando o Julián.
- Los secretos de Amelia.
- Las motos existían en el siglo XV.
- Los padres de Amelia.
- Picasso y Velázquez frente a frente.
- Julián descubre que su padre es infiel.
- ¿Entenderá Alonso la democracia?
- Julián se reencuentra con la pequeña Maite.

- El lugar de castigo del Ministerio.
- ¿Quién es Armando Leiva?
- ¿Quién era el Lazarillo de Tormes?
- La verdadera historia de amor de Lola Mendieta.
- ¿Quién escribió 'El Lazarillo de Tormes'?
- Los teléfonos móviles se inventaron en el siglo XVI.
- El reclutamiento de Irene.
- Julián sigue enganchado a Maite.
- ¿Y si Alonso muriese dentro del Ministerio?
- Isabel II en el cine 3D.
- La venganza final de Leiva.
- La muerte de Maite.
- Amelia y Julián vivirán juntos.
- Amelia conoce a su nieta en una misión.
- Alonso Entrerríos cambia el destino de su mujer.
- Irene es una traidora para sus compañeros.
- El negro de 'Malviviendo' en la época de Viriato.
- Menéndez Pidal y Charlton Heston.
- Irene vuelve.
- La última batalla del Cid.
- Adiós Julián.
- El beso de Amelia a Alonso.
- ¿Quién es Serpico?
- Una foto de familia.
- La traición de Irene.
- Pacino descubre el Ministerio.
- El reencuentro de Amelia con Lope de Vega.
- Irene libera a Lola Mendieta.
- Alonso y Pacino en acción.
- Reconocen a Alonso Entrerríos.
- Boicot a Cervantes.
- La Misa del Gallo de Angustias y Pacino.



- Alonso a la moda.
- Napoleón llega a Tordesillas.
- Susana Torres despide a Salvador.
- Angustias habla con Napoleón.
- Los fans, parte del Ministerio.
- El traje de Harvard.
- El beso de Irene y Susana Torres.
- El beso de Pacino a Amelia.
- El amor de Alonso y Blanca.
- Velázquez con su maestro Pacheco.
- Dos funcionarios atrapados en Altamira.
- Ernesto se salta las reglas.
- El bedel recuerda a su padre.
- La vida de Salvador como jubilado.
- Pacino, el adivino.
- Lola le cuenta la verdad a Amelia.
- Argamasilla demuestra sus poderes a Ramón y Cajal.
- El truco de magia de Houdini.
- Houdini vuelve a ver a su madre.
- Los últimos de Filipinas.
- Pacino intenta ligar con Amelia.
- Pacino conoce a Julián.
- ¿Blanca o Elena?
- Ernesto tiene un hijo secreto.
- Amelia comparte su secreto con Pacino.
- Pacino y Amelia se descubren.
- Alonso y Julián intentan huir de Baler.
- Pacino mantiene la historia.
- Pacino y Julián se conocen
- Alonso y Elena.
- El final de Walcott.
- Enriqueta, alta traición.

- Velázquez lucha por sus obras de arte.
- La venganza de Lola Mendieta.
- Ernesto encuentra a su hijo.
- Nueva agente.
- Salvador Martí cantó dos veces el gordo.
- La ‘vampira’ no quiere ser una asesina.
- Amelia busca su tumba.
- ¿Somos follamigos?
- Así se manipulan las audiencias televisivas.
- Julián y Alonso, confidencias en el baño.
- Ser funcionario, según el Ministerio.
- Lombardi y su hija en el siglo V.
- El mendigo de ‘Águila roja’.
- Lombardi, descubridor de América.
- Cristiano y Ronaldo salvan a Colón.
- Alonso y Elena, cita romántica.
- Los secretos entre Alonso y Elena se han terminado.
- La vuelta de Espínola.
- Alonso lucha a muerte por Elena.
- Dos bodas, dos caras de la moneda.
- Amelia le cuenta su secreto a Julián.
- Pepe Rodríguez, el mejor chef para una boda.
- La despedida de soltero de Ortigosa.
- El humor en el Ministerio:
  - Los mejores chistes del capítulo once.
  - Por qué Salomé no ganó Eurovisión.
  - Los momentos más divertidos del capítulo doce de EMDT.

**Contenido 1003: ‘La Historia de los capítulos’ y ‘Curiosidades del capítulo’ –30 contenidos–**

- ¿Y si Francia hubiera ganado la guerra? –vídeo y texto–.
- ‘El Empecinado’ siempre quiso ser militar –vídeo–.

- ¿Qué tiene el buen guerrillero? –vídeo–.
- España ganó a Francia con la Guerrilla –vídeo–.
- La condena de ‘El Empecinado’ –vídeo–.
- Por qué ‘El Empecinado’ propuso una guerra de guerrillas’ –vídeo–.
- El padre de Víctor Hugo persiguió a ‘El Empecinado’ –vídeo–.
- ‘El Empecinado’ murió en la horca –vídeo–.
- ¿Quién fue Juan Martín, ‘El Empecinado’? –texto y gráfico interactivo–.
- ¿Qué pasó con La Armada Invencible? –texto e imágenes–.
- La vida amorosa de Lope, de traca –texto–.
- ¿Cuál fue la agenda de Himmler en España? –texto y gráfico interactivo–.
- .
- ¿Buscaron los Nazis el Santo Grial en España? –vídeo y texto–.
- Michelle Jenner se reencuentra con Rodolfo Sancho: el crossover con Isabel –vídeo y texto–.
- ¿Lo sabías? Verdades y mentiras de la Inquisición española –texto–.
- ¿Pintaba Picasso como un niño? ¿Por qué es el mejor pintor del siglo XX? –vídeo, texto e imagen interactiva–.
- El ‘Guernica’ es el primer exiliado de la Guerra Civil –vídeo y texto–.
- El origen de ‘María Cristina me quiere gobernar’ –texto–.
- ¿Qué niños reinaron en la Historia? –texto y gráfico interactivo–.
- La Residencia de Estudiantes: Lorca, Dalí, Buñuel y Pepín Bello –texto e imágenes–.
- El poema premonitorio de Federico García Lorca –texto y clip de vídeo de EMDT–.
- ¿Por qué El Cid está de moda? ¿Quiénes son los ‘cidianos’? –texto, vídeos no oficiales, e imágenes –.
- Antonio Grilo, la calle maldita de Madrid –texto, gráfico interactivo y mapa de localización–.
- Por qué se llevaban tan mal Lope de Vega y Cervantes –texto–.
- La abadesa que le ablandó el corazón a Napoleón con un pollo –texto–.
- ¿Qué pensaba Napoleón de los españoles? Que eran primitivos –texto y gráfico interactivo–.

- Gripe española, 40 millones de muertos y un virus que volverá –texto e infografías–.
- Felipe V, el Rey que se creía una rana o un muerto –texto–.
- Enriqueta Martí, la vampira que no lo fue –texto e imagen–.
- ¿Cómo habrían sido los WhatsApp entre colón y los Reyes Católicos en 1492? –texto, imágenes y gráfico interactivo–.

**Contenido 1004: ‘Mejores imágenes de los capítulos’ –21 contenidos–**

- Mejores imágenes del capítulo uno.
- Mejores imágenes del capítulo dos.
- Mejores imágenes del capítulo tres.
- Mejores imágenes del capítulo cuatro.
- Mejores imágenes del capítulo cinco.
- Mejores imágenes del capítulo seis.
- Mejores imágenes del capítulo siete.
- Mejores imágenes del capítulo ocho.
- Mejores imágenes del capítulo nueve.
- Mejores imágenes del capítulo diez.
- Mejores imágenes del capítulo once.
- Mejores imágenes del capítulo doce.
- Mejores imágenes del capítulo trece.
- Mejores imágenes del capítulo catorce.
- Mejores imágenes del capítulo quince.
- Mejores imágenes del capítulo dieciséis.
- Mejores imágenes del capítulo diecisiete.
- Mejores imágenes del capítulo dieciocho.
- Mejores imágenes del capítulo diecinueve.
- Mejores imágenes del capítulo veinte.
- Mejores imágenes del capítulo veintiuno.

**Contenido 1005: ‘Los archivos del Ministerio’ –21 contenidos–**

- Capítulo 1: Los archivos del Ministerio.
- Capítulo 2: Los archivos del Ministerio.
- Capítulo 3: Los archivos del Ministerio.
- Capítulo 4: Los archivos del Ministerio.
- Capítulo 5: Los archivos del Ministerio.
- Capítulo 6: Los archivos del Ministerio.
- Capítulo 7: Los archivos del Ministerio.
- Capítulo 8: Los archivos del Ministerio.
- Capítulo 9: Los archivos del Ministerio.
- Capítulo 10: Los archivos del Ministerio.
- Capítulo 11: Los archivos del Ministerio.
- Capítulo 12: Los archivos del Ministerio.
- Capítulo 13: Los archivos del Ministerio.
- Capítulo 14: Los archivos del Ministerio.
- Capítulo 15: Los archivos del Ministerio.
- Capítulo 16: Los archivos del Ministerio.
- Capítulo 17: Los archivos del Ministerio.
- Capítulo 18: Los archivos del Ministerio.
- Capítulo 19: Los archivos del Ministerio.
- Capítulo 20: Los archivos del Ministerio.
- Capítulo 21: Los archivos del Ministerio.

**Contenido 1006: ‘La puerta del tiempo’ –19 contenidos–**

- Programa 1: Rodolfo Sancho.
- Programa 2: Juan Gea y Natalia Millán.
- Programa 3: Nacho Fresneda.
- Programa 4: Víctor Clavijo y Ramón Langa.
- Programa 5: Aura Garrido.
- Programa 6: Javier Olivares.
- Programa 7: Rodolfo Sancho y Nacho Fresneda.
- Programa 8: Los ministéricos invaden la Gran Vía.

- Programa 9: Jaime Blanch en el primer capítulo de la segunda temporada.
- Programa 10: Miguel Rellán y Víctor Clavijo responden a los ministéricos.
- Programa 11: Hugo Silva supera con nota el interrogatorio ministérico.
- Programa 12: Mar Saura, 'la jefa infiltrada', se somete a la auditoría de los fans.
- Programa 13: Aura Garrido nos abre su 'Enciclopedia'.
- Programa 14: Alberto Jiménez, el Capitán de las Morenas.
- Programa 15: ¿Cómo sería la tercera temporada?
- Programa 16: Nacho Fresneda conoce a las 'Fresnediers'.
- Programa 17: Susana Córdoba, la actriz pluriempleada.
- Programa 18: Marc Vigil, director de la serie.
- Programa especial: Los ministéricos invaden la Gran Vía.

**Contenido 1007: 'Galería fotográfica. Así se hizo el capítulo' –7 contenidos–**

- Galería fotográfica. Así se hizo el capítulo uno.
- Galería fotográfica. Así se hizo el capítulo dos.
- Galería fotográfica. Así se hizo el capítulo tres.
- Galería fotográfica. Así se hizo el capítulo cuatro.
- Galería fotográfica. Así se hizo el capítulo cinco.
- Galería fotográfica. Así se hizo el capítulo seis.
- Galería fotográfica. Así se hizo el capítulo siete.

**Contenido 1008: 'Guion del capítulo' –21 contenidos–**

- Guion del capítulo uno.
- Guion del capítulo dos.
- Guion del capítulo tres.
- Guion del capítulo cuatro.
- Guion del capítulo cinco.
- Guion del capítulo seis.

- Guion del capítulo siete.
- Guion del capítulo ocho.
- Guion del capítulo nueve.
- Guion del capítulo diez.
- Guion del capítulo once.
- Guion del capítulo doce.
- Guion del capítulo trece.
- Guion del capítulo catorce.
- Guion del capítulo quince.
- Guion del capítulo dieciséis.
- Guion del capítulo diecisiete.
- Guion del capítulo dieciocho.
- Guion del capítulo diecinueve.
- Guion del capítulo veinte.
- Guion del capítulo veintiuno.

**Contenido 1009: Webserie, ‘Tiempo de confesiones’ –4 contenidos–**

- Capítulo 1.
- Capítulo 2.
- Capítulo 3.
- Capítulo 4.

**Contenido 1010: ‘Juegos Online’ –4 contenidos–**

- a) Documental histórico transmedia:
  - Trivial: ¿Cuánto sabes de ‘El Cid Campeador’?
  - Diccionario Alonso-Pacino, Pacino-Alonso.
  - ¿Cuánta Historia has aprendido gracias a ‘El Ministerio del Tiempo’?
- b) Juego online:
  - Test de personalidad de EMDT.

**Contenido 1011: ‘Tienda online’ –8 contenidos–**

- Camisetas: tres diferentes.

- Sudaderas: dos diferentes.
- Libretas: dos diferentes.
- Cuadernos: cinco diferentes
- Posters: veintisiete diferentes.
- Tazas: dos diferentes.
- Bolsa.
- Imanes de personajes: Julián, Amelia, Alonso, Ernesto, Salvador, Irene, Velázquez, Espínola, Lope de Vega y logo de EMDT.

### **Contenido 1012: ‘Información general de la serie’ –31 contenidos–**

- Torquemada hace arder Twitter –contenido único para el capítulo cuatro–.
- Las andanzas de El Lazarillo en Twitter –contenido único para el capítulo seis–.
- Conociendo más sobre El Ministerio del Tiempo:
  - o Películas que evoca ‘El Ministerio del Tiempo’.
  - o ¿Quién está detrás de la BSO de ‘El Ministerio del Tiempo’?
- Líderes de la noche: ‘El Ministerio del Tiempo’ vuelve líder de la noche con más de 2,8 millones de espectadores –contenido único para el capítulo nueve–.
- Informe de redes del capítulo nueve.
- Audiencias: Más de 300.000 personas vieron el capítulo nueve tras su emisión –accesible desde el espacio dedicado al capítulo diez–.
- El universo transmedia de EMDT.
- Hugo Silva en el Ministerio:
  - o ¿Se parece Pacino a Al Pacino? ¿Ves a Hugo Silva como Serpico?
  - o De dónde viene ‘A buenas horas, mangas verdes’ –DHT y PDT–.
- La primera misión de Pacino en nueve gifs animados.
- En un lugar de las redes... Celebramos la figura de Cervantes.
- Encuesta ministérica: ¿eres julianista o pacinista?
- Las ocho razones por las que Pacino debe seguir.



- Así han vivido los fans la marcha de Pacino –contenido único para el capítulo dieciséis–.
- ¿Qué le preguntarías a Nacho Fresneda?
- Capítulo 22: ‘Tiempo de chupitos’.
- La tercera temporada : Goya, América y ¿la vuelta de Pacino? –programa de entrevistas ‘Seriéfilos’ de RTVE y texto–.
- El Ministerio del Tiempo tendrá tercera temporada.
- El manual del perfecto cuñado en las bodas, según EMDT –información en texto y clips de vídeo utilizados sólo para este contenido–:
  - o El cuñado de Ortigosa bromea con él sobre besar a su hermana.
  - o El cuñado intenta ligar en la boda (I).
  - o El cuñado reparte arroz para tirar en la boda.
  - o El cuñado interrumpe a Irene y su ligue en el cóctel de la boda.
  - o El cuñado intenta ganarse a sus compañeros de mesa en la boda.
  - o El cuñado que estuvo a punto de entrar en la Filarmónica de Viena.
  - o Una App para poner tu cara en el cuerpo de Bertín Osborne.
  - o El cuñado, animador de las bodas.
- La tercera temporada : Goya, América y ¿la vuelta de Pacino? –programa de entrevistas ‘Seriéfilos’ de RTVE y texto–.
- El Ministerio del Tiempo tendrá tercera temporada –vídeo–.
- El misterio de la música de ‘El Ministerio del tiempo’ –PDT y DHT–.

### **Contenido 1013: ‘Tiempo de valientes’ –6 contenidos–**

- Capítulo 1: Tiempo de Valientes.
- Capítulo 2: Tiempo de valientes.
- Capítulo 3: Tiempo de valientes.
- Capítulo 4: Tiempo de valientes.
- Capítulo 5: Tiempo de valientes.
- Capítulo 6: Tiempo de valientes.

### **Contenido 1014: ‘Intranet’ –38 contenidos–**

- Álbum de boda de Natalia y Ortigosa –imágenes–.
- El cuñado con un palo de *selfie* –vídeo–.
- Archivo MDT Fergus/45 –audio–.
- El ‘falso’ mapa del Colón –imagen–.
- El listín de las puertas –imagen–.
- El logo de Lombardi –imagen–.
- Dossier de prensa sobre la Vampira –imágenes–.
- Archivo de Julián y Amelia –imágenes–.
- Walcott antes de morir –vídeo–.
- Martín Cerezo, 40 años después –audio–.
- La chuleta de Alonso –imagen–.
- La esposa guapa –imagen–.
- Rafael y la tagala –imagen–.
- Mapa de Filipinas –imagen–.
- Argamasilla en Tinder –vídeo–.
- Archivo secreto: María Pita –vídeo–.
- La otra cara de la cuarentena –imágenes–.
- Lista de funcionarios enfermos –imágenes–.
- Prevención de riesgos –imagen–.
- Plano de el Ministerio del Tiempo –imagen–.
- Así lo pasamos en rodaje –imágenes–.
- Foto de Julián en Cuba –imagen–.
- Pacino: Alonso friega ya –vídeo–.
- La carta de despido de Salvador Martí –documento pdf–.
- El DNI de Alonso Entrerríos –imagen–.
- De cañas con Cervantes por Madrid (3/03/2016) –imágenes–.
- El álbum de rodaje, capítulo once (3/03/2016) –imágenes–.
- Los *selfies* de Amelia Folch en 1605 (3/03/2016) –al acceder a este contenido no aparecía nada–.
- El álbum de rodaje, capítulo 10 (25/02/16) –imágenes–.
- Tonos de móvil del Ministerio (26/02/16) –audio–.
- Los archivos sobre Pacino (25/02/16) –imágenes revista ‘El caso’–.

- La carta de adiós de Julián (18/02/16) –imagen–.
- Los recuerdos de Buendía (18/02/16) –imágenes–.
- El álbum del rodaje, capítulo nueve (18/02/16) –imágenes–.
- Rogelio Buendía se despide (18/02/16) –vídeo–.
- Contestador de Spinola (04/02/16) –audio–.
- Archivo Hd/14-1924 (04/02/16) –audio–.
- El *selfie* de Spínola (04/02/16). –vídeo–

**Contenido 1015: ‘Organigrama –1 contenido–**

- Organigrama del Ministerio del Tiempo.

**Contenido 1016: ‘Realidad Virtual’ –7 contenidos–**

- a) Narrativa transmedia:
  - ‘El tiempo en tus manos’. Capítulo interactivo de realidad virtual de EMDT.
  - Explora el Ministerio.
- b) Periodismo transmedia:
  - RTVE estrena 'El tiempo en tus manos', el primer episodio de Realidad Virtual interactivo de una serie de televisión en el mundo –vídeos y texto–.
  - ¿Qué opinan nuestras caras de ‘El tiempo en tus manos’? –vídeo y texto–.
  - Preguntas frecuentes –texto–.
- c) Documental de la producción transmedia:
  - Making of: ‘El tiempo en tus manos’ –vídeo–.
  - Álbum de rodaje –imágenes–.

**Contenido 1017: ‘Serie’ –4 contenidos–**

- a) Paratexto:
  - El Ministerio del Tiempo, un secreto de estado.
  - La patrulla.
- b) Documental de la producción transmedia:
  - El reparto.

- El equipo.

### **Contenido 1018: ‘Facebook’ –106 contenidos–**

- Inicio.
- Información.
- Más páginas oficiales.
- Fotos.
- Me gusta.
- Vídeos:
  - o Estáis a punto de conocer el secreto mejor guardado en España durante los últimos 500 años.
  - o ¡Ya tenemos las primeras imágenes de ‘El Ministerio del tiempo’!
  - o Nuevas imágenes de ‘El Ministerio del tiempo’.
  - o El making of de ‘El Ministerio del tiempo’.
  - o ¡Vídeo! Más imágenes del primer capítulo en esta promo.
  - o En ‘El Ministerio del tiempo’ los efectos digitales son fundamentales.
  - o ¿Quién es ese tal Alonso de Entrerriós?
  - o Muchos de los principales críticos de televisión ya han visto el primer capítulo de ‘El Ministerio del tiempo’.
  - o Nueva promo.
  - o Los primeros minutos de ‘El Ministerio del tiempo’.
  - o Así comienza ‘El Ministerio del tiempo’.
  - o El Telediario se llevó a Rodolfo Sancho, Aura Garrido y Nacho Fresneda a un bareto de Antón Martín.
  - o Los primeros minutos de Rodolfo Sancho en El MdT.
  - o Rodolfo Sancho se acuerda de su padre en el papel de Curro Jiménez.
  - o Como decía Irene Larra: ‘las redes sociales enganchan’.
  - o Ya tenemos avance del capítulo dos: Lope de Vega y Julián, cara a cara...
  - o Rodolfo habla del momento ‘Curro Jiménez’ en el primer capítulo.
  - o Los archivos del Ministerio – Programa uno –clip de vídeo–.

- Así comienza ‘Tiempo de gloria’.
- Lope de Vega vs. Leño: duelo de versos en Twitter con ‘El Ministerio del tiempo’.
- El vídeo secreto que explica lo que es el ministerio.
- Los archivos del Ministerio – Programa dos –clip de vídeo–.
- ¿Quién no querría decir a un nazi: ‘pero tú de qué te ríes tontolaba’?
- Los nazis visitan ‘El Ministerio del tiempo’ el lunes a las 22.00.
- ¡Ministéricos! Así comienza ‘Cómo se reescribe el tiempo’.
- ¿Qué hay detrás de ‘Cómo se reescribe el tiempo’?
- El Ministerio está en peligro.
- El martes pasado Juan Gea y Natalia Millán nos hackearon ‘La puerta del tiempo’.
- Los archivos del Ministerio – Programa cuatro –clip de vídeo–.
- Prepárate tus pantalones pitillo, tu chupa vaquera, píntate el pelazo o saca la camiseta de los Sex Pistols.
- Sabemos que algunos no pudisteis ver el otro día ‘Los archivos del Ministerio’.
- ¿Qué nos espera esta noche en el penúltimo capítulo de la temporada?
- Así se prepara la web de ‘El Ministerio del tiempo’.
- ‘El Ministerio del tiempo’ – mejores momentos de ‘Isabel II en 3D’.
- Julián sigue enganchado a Maite, el amor de su vida.
- Los archivos del Ministerio – Programa siete –clip de vídeo–.
- ¿Qué pasaría si nuestro Alonso muriera?
- ¿De qué se ríe Jordi Hurtado?
- ‘El Ministerio del tiempo’ – Final de temporada.
- Los archivos del Ministerio – Programa siete –clip de vídeo–.
- Llega el momento de recordar la temporada.
- La puerta del tiempo – Programa final –clip de vídeo–.
- Los archivos del Ministerio – Programa final –clip de vídeo–.
- ‘El Ministerio del tiempo’. Mejores momentos.

- ¿Cuál ha sido vuestro momento favorito de la temporada?
- Reencuentros: Julián, Alonso y Velázquez.
- Velázquez: ¿Volvemos o no? –contenido exclusivo de Facebook–.
- Lo del tráiler de Star Wars de hoy...pues eso, que Ernesto lo ha visto –contenido exclusivo de Facebook–.
- Atapuerca tiene algo que decir –contenido exclusivo de Facebook–.
- Angustias está loca por el #RodajeMinistérico del miércoles – contenido exclusivo de Facebook–.
- Ganadores del #PremioOndas 2015 a la mejor serie española – contenido exclusivo de Facebook–.
- Llevamos mucho tiempo esperando... –contenido exclusivo de Facebook–.
- Así ha reaccionado la gente ante el final del tráiler de la nueva temporada –contenido exclusivo de Facebook–.
- Secuencia eliminada S02E01 –contenido exclusivo de Facebook–.
- Importante –contenido exclusivo de Facebook–.
- ¿Y tú? ¿Eres Ministérico?
- Ay este #DealWithit de Julián a Lope recitando a Rosendo... – contenido exclusivo de Facebook–.
- Rodolfo Sancho graba el podcast ‘Tiempo de valientes’, en RNE.
- ¡Comunicado oficial! Abierta la convocatoria para el grupo de WhatsApp exclusivo de este Ministerio.
- Así definía Jaime Blanch a ‘El Ministerio del tiempo’ el pasado miércoles –contenido exclusivo de Facebook–.
- ¿Eso qué es un chiste?
- Aún seguimos abrumados tras la reacción del público ante el capítulo en de ayer en la #PremierMdT –contenido exclusivo de Facebook–.
- ‘Quien ha hecho esto no es un ser humano, es una bestia...’
- [Aviso ligeros spoilers] ¿Quién es Jesús Méndez?
- Jaime Blanch sabe a qué personaje le gustaría reclutar.
- ‘Por ahí viene Sor Citroën’.

- ‘Un virus de otro tiempo’ – Avance.
- Loar archivos del Ministerio: Capítulo cinco –clip de vídeo–.
- Ya llega... #HoudiniMdt.
- Tiempo de magia. Esta noche en La 1 de TVE.
- Archivo 0321765/Filipinas.
- Tic, tac, tic, tac...
- Tiempo de valiente: primera parte –tráiler–.
- Así será el capítulo dieciséis de ‘El Ministerio del tiempo’.
- Descarga gratis ‘El Tiempo en tus manos’.
- Tiempo de valientes (II) – Promo.
- Cada uno tiene su adjetivo para ‘El Ministerio delTiempo’... ¿cuál es el tuyo?
- Velázquez... –contenido exclusivo de Facebook–.
- ‘El tiempo es el que es’ – Ya a la venta.
- Óleo sobre tiempo –promo–.
- Esta noche, Alonso se pone el delantal.
- Separadas por el tiempo – Promo 1.
- Los archivos del Ministerio: Óleo sobre tiempo –clip de vídeo–.
- Óleo sobre tiempo – capítulo completo –clip de vídeo–.
- Óleo sobre tiempo – capítulo completo –clip de vídeo dos–.
- Separadas por el tiempo –promo–.
- Archivo ministerial – Vampira del Raval.
- MdT – 583 (XXI cámara de seguridad del pasillo 145 –Secuencia eliminada So2Eo1–)
- [Ojo spoilers] El Ministerio del tiempo, al descubierto.
- Esta semana viene movidita...
- Esta noche, en ‘Tiempo de lo oculto’.
- ‘El tiempo en tus manos’ – descárgala ya.
- ‘Hasta que el tiempo nos separe’ – promo.
- ‘El tiempo es el que es’ – novela oficial.
- Hasta que el tiempo nos separe –clip de vídeo–.
- Cámara de seguridad Pasillo puertas / Escalera helicoidal.
- ¡¡¡Cuidado con los spoilers!!! ¿Los espoiqué?

- ‘Cambio de tiempo’ – Tráiler.
- Volvemos.
- La vuelta de Pacino, Goya, aventuras en Latinoamérica...
- Publicaciones.

**Contenido 1019: ‘Twitter’ –1 contenido–**

**Contenido 1020: ‘Instagram’ –66 contenidos–**

**Contenido 1021: ‘Foro oficial’ –8 contenidos–**

- La cafetería del Ministerio.
- Capítulos.
- Los personajes.
- Conserjería del Ministerio.
- Documentación audiovisual.
- Qué hubiera pasado si...
- Los archivos del Ministerio.
- La biblioteca del Ministerio.

**Contenido 1022: ‘Telegram’ –1 contenido–**

**Contenido 1023: Vídeos –216 contenidos–**

a) Periodismo transmedia –32 contenidos–:

- Noticias:
  - ‘El Ministerio del tiempo’, la nueva serie de TVE.
  - Arranca el rodaje de ‘El Ministerio del tiempo’.
  - El Ministerio del tiempo, nueva serie en TVE.
  - Los efectos digitales de ‘El Ministerio del tiempo’.
  - ¿Quiénes son los agentes del Ministerio?.
  - Los críticos elogian la serie.
  - Los protagonistas de ‘El Ministerio del tiempo’.
  - El Ministerio del Tiempo se estrena este martes a las 22.30 en La 1.
  - Juan Gea visita la Biblioteca Nacional.



- Primeras imágenes del rodaje de la segunda temporada de 'El Ministerio del Tiempo'.
- Javier Olivares, sobre 'El Ministerio del Tiempo': "Los protagonistas representan a las tres Españas normalmente peleadas".
- Javier Olivares nos adelanta cómo será la segunda temporada 'El Ministerio del Tiempo'.
- 'El Ministerio del Tiempo' graba en Alcalá de Henares un capítulo con Cervantes.
- 50 ministéricos, extras de 'El Ministerio del Tiempo'.
- Un total de 50 fans de "El Ministerio del Tiempo" participarán en un capítulo.
- El universo transmedia de 'El Ministerio del Tiempo'.
- El Ministerio del Tiempo y la Lotería de Navidad.
- El equipo de 'El Ministerio del Tiempo' vuelve a reunirse el lunes 15 de febrero.
- La 1 de TVE estrena este lunes la segunda temporada de 'El Ministerio del Tiempo'.
- Los críticos de televisión se rinden a El Ministerio del Tiempo.
- Un Ministerio del Tiempo muy colchonero.
- La realidad virtual llega a EMDT.
- Los ministéricos se citan en Madrid en su segunda quedada.
- Entrevistas:
  - 'El Ministerio del tiempo' en los Goya 2015 –a los protagonistas–.
  - Nueva serie: 'El Ministerio del tiempo' –a los protagonistas–.
  - 'El Ministerio del tiempo' recupera el género de aventuras – entrevista radiofónica a Rodolfo Sancho–.
  - Rodolfo Sancho en La Mañana.
  - 'El Ministerio del tiempo', una serie para la historia –entrevista radiofónica a Javier Olivares–.
  - Sergio Peris-Mencheta: "Del Gran Capitán al Cid, estoy encantado".

- Nacho Fresneda, un hombre curtido en mil batallas –entrevista a Nacho Fresneda–.
- Olivares, Oristrell y Flipy destapan algunos secretos de las nuevas temporadas de Cuéntame y MDT –entrevista a Javier Olivares y dos creadores de ficción para TVE–.
- La noche en vela: Curiosidades de la historia con 'El Ministerio del Tiempo' –entrevista radiofónica sobre el libro 'Curiosidades de la Historia con 'El Ministerio del tiempo'–.

b) Publicidad transmedia–51 contenidos (31 promos, 20 avances)–:

- Primera promo de 'El Ministerio del tiempo'.
- Tráiler de 'El Ministerio del tiempo'.
- Cuenta atrás para 'El Ministerio del Tiempo'.
- Promo del primer capítulo.
- El Ministerio del tiempo. Promo del primer capítulo: Alonso de Entrerríos.
- Promo del primer capítulo: Amelia Folch.
- El Ministerio del tiempo. Avance del segundo capítulo de 'El Ministerio del tiempo'.
- El MdT. Avance de los capítulos 2 a 8.
- Promo del capítulo dos.
- El Ministerio del tiempo. Avance del tercer capítulo.
- Promo del capítulo tres.
- Avance del capítulo cuatro.
- Promo del capítulo cuatro.
- Avance del capítulo cinco.
- Promo del capítulo cinco.
- Avance del capítulo cinco: El Guernica.
- Avance del capítulo seis.
- Promo del capítulo seis.
- Hazte ministérico.
- Avance del capítulo siete.

- Promo del capítulo siete.
- Avance de final de temporada.
- Promo del capítulo ocho –final de temporada–.
- Primer avance de la segunda temporada.
- Tráiler largo de la segunda temporada.
- Avance de series de TVE en 2016.
- El MDT salta a RNE con Rodolfo Sancho.
- Soy Ministérica: Belén.
- Soy Ministérico: Manolo.
- Segunda temporada, muy pronto en La 1.
- Velázquez, Amelia y Alonso ven 'Terminator 2'.
- Nueva temporada.
- Avance del capítulo diez.
- Promo del capítulo diez.
- 'El caso' en 'El Ministerio del tiempo' –promo para la serie 'El caso' utilizando a EMDT–.
- Avance del capítulo once.
- Avance del capítulo doce.
- Así será el primer episodio de realidad virtual de una serie.
- Avance del capítulo trece.
- Avance del capítulo catorce.
- Avance del capítulo quince.
- Houdini, el lunes en El Ministerio del Tiempo.
- Avance del capítulo dieciséis.
- Julián y Amelia se extrañan.
- Avance del capítulo diecisiete.
- Así reaccionan los fans cuando ven el capítulo dieciséis.
- El Ministerio volverá muy pronto a la televisión.
- Así son las nuevas caras de su vuelta.
- El Tiempo es el que es. La novela de El Ministerio del Tiempo.
- Avance del capítulo veinte.
- Habrá tercera temporada.

c) Narrativa transmedia –20 contenidos–:

- Misiones del Ministerio:
  - o No ganamos la copa del mundo 2010.
  - o Julio Iglesias nunca se convirtió en cantante.
  - o Cervantes no escribió el Quijote.
  - o España se une al eje en la II Guerra Mundial.
- Curso online para patrulleros del Ministerio del tiempo:
  - o Lección uno.
  - o Lección dos.
  - o Lección tres.
  - o Lección cuatro.
- Bienvenidos al WhatsApp de Irene.
- El Ministerio del Tiempo. Ernesto da la bienvenida al grupo de WhatsApp de seguidores de la serie.
- El vídeo secreto que explica qué es el Ministerio.
- FrikiLeaks:
  - o Señor no fue el héroe del España-Malta.
  - o Un funcionario cuidó de Iniesta para ganar el mundial.
  - o Pirateo de la señal de 'La puerta del tiempo'.
  - o Frikileaks vuelve a atacar 'La Puerta del Tiempo'.
  - o Frikileaks vuelve a atacar 'La Puerta del Tiempo' (II).
  - o Frikileaks vuelve a atacar 'La Puerta del Tiempo' (III).
- Salvador presenta el grupo de WhatsApp.
- Archivo clasificado Hd/14-1924 –audio–.
- Martín Cerezo recuerda cómo fue Baler 40 años después –audio–.

d) Paratexto –13 contenidos<sup>209</sup>–:

- La música de cabecera de 'El Ministerio del tiempo'
- Regreso al Ministerio del tiempo –resúmenes de los capítulos emitidos en televisión–:
  - o Capítulo uno –resumen de los episodios uno y dos–.

---

<sup>209</sup> De estos contenidos, 11 de ellos presentan una estrategia narrativa de omisión, mientras que 2 de ellos – 'Crossover: Cuéntame el Ministerio de Olmos y Robles' y "Hey" de Julio Iglesias: versión de Salvador Martí – presenta una estrategia de permutación.

- Capítulo dos –resumen de los episodios tres y cuatro–.
  - La antesala del Ministerio –resumen de la primera temporada–.
  - "Hey" de Julio Iglesias: versión de Salvador Martí –vídeo cómico con imágenes de EMDT–.
  - Crossover: Cuéntame el Ministerio de Olmos y Robles.
  - La antesala del Ministerio. Capítulo 10.
  - La antesala del Ministerio. Capítulo 11.
  - La antesala del Ministerio. Capítulo 12.
  - La antesala del Ministerio. Capítulo 13.
  - La antesala del Ministerio. Capítulo 14.
  - La antesala del Ministerio. Capítulo 15.
  - La antesala del Ministerio. Capítulo 16.
- e) Clips de vídeo –95 contenidos–:
- El Atleti, una pasión en el Ministerio del Tiempo.
  - Las redes sociales cuando vienes de otro siglo.
  - El MdT. Las perlas del estreno de 'El Ministerio del Tiempo.
  - El Ministerio del tiempo. Cabecera de la serie.
  - Las mejores bromas del capítulo dos.
  - Alonso habla con su hijo.
  - Así comienza el capítulo tres.
  - Hitler, al borde de la muerte.
  - ¡Otra peli de guerra!
  - El contestador automático de Ambrosio Spínola Doria.
  - Velázquez se pone a dibujar durante el asedio nazi.
  - Explicando a Himler qué es una corrida de toros.
  - ¿Ese tal Luis Aragonés es otro grande de España?
  - El encuentro con los maquis del monte.
  - Franco no tiene ni idea de alemán.
  - Himler tiene que ir al baño.
  - Selección de perlas cómicas del capítulo tres.
  - Escuchando a Himler despotricar contra los toros.
  - Alonso de Entrerriós viendo bellezas en una revista.

- Los españoles de 1940 descubren los restaurantes chinos.
- Celebrando el cumpleaños de Diego Velázquez.
- Hitler falta al respeto a Franco: “Mejor no se lo traduzco”.
- Así comienza el capítulo cuatro.
- Michelle Jenner habla de su papel como Isabel –clip de ‘La puerta del tiempo’–.
- Jordi Hurtado, nuevo funcionario de El Ministerio del tiempo.
- Michelle Jenner se reencuentra con Rodolfo Sancho: Isabel y ¿Fernando o Julián? –clip de ‘La puerta del tiempo’–.
- “Torquemada, soy tu padre”.
- Así comienza el capítulo cinco.
- El Ministerio del Tiempo y la meteorología –clip de ‘El Tiempo’ de TVE–.
- El lugar de castigo del ministerio.
- Velázquez y la teoría Picasso.
- Bienvenidos a casa de los Alcántara.
- “El rock, la cerveza y las bravas el mejor invento”.
- Su padre confiesa a Julián que fue infiel.
- Lope de Vega: “El teatro es el verdadero espejo del mundo”.
- Velázquez opina sobre Dalí.
- Jordi Hurtado, funcionario del tiempo.
- Julián se despide de Federico García Lorca.
- Aitor Mazo en ‘El Ministerio del tiempo’.
- Así comienza la nueva temporada de El Ministerio del Tiempo.
- Los mejores fans del mundo son los de El Ministerio del Tiempo –clip de ‘La puerta del tiempo’–.
- Los protagonistas del Ministerio del Tiempo en la alfombra roja –clip de ‘La puerta del tiempo’–.
- Javier Olivares y Marc Vigil confiesan que ellos son los primeros ministéricos –clip de ‘La puerta del tiempo’–.
- La patrulla, unida de nuevo.
- Irene vuelve al Ministerio.
- La despedida de Julián.

- El ADN, minuto de oro de ‘El Ministerio del tiempo’.
- Así comienza el capítulo diez de ‘El Ministerio del tiempo’.
- Salvador enseña a Pacino el Ministerio.
- Pacino cuenta a Alonso quién era Serpico.
- Alonso a Amelia: "Nunca he conocido una mujer como vos".
- Irene es el topo del Ministerio.
- Amelia le enseña a Alonso la foto de su hija con Julián.
- Cabecera con Pacino – con Hugo Silva–.
- Así comienza el episodio once de ‘El Ministerio del tiempo’.
- Pacino es un cuadrillero de la Santa Hermandad.
- Alonso y Amelia intentan boicotear la obra de Cervantes.
- Salvador indignado con el resultado de Eurovisión.
- Alonso, reconocido por un soldado de Flandes.
- Alonso y Pacino persiguen a los ingleses.
- Así comienza el capítulo doce de ‘El Ministerio del tiempo’.
- Alonso y la ropa del siglo XXI.
- Así comienza el capítulo trece de ‘El Ministerio del tiempo’.
- Velázquez con su maestro Pacheco.
- Susana y el traje: "No creo que haya que ir a Harvard para ponérselo".
- Así comienza el capítulo catorce de ‘El Ministerio del tiempo’.
- El reencuentro de Alonso y Blanca.
- Gregorio Marañón en el Ministerio del Tiempo.
- Los fans nos cuentan cómo se lo pasaron en el rodaje de El Ministerio del Tiempo –clip de vídeo de ‘La puerta del tiempo’–.
- Así arranca el capítulo quince: Julián en la Guerra de Cuba.
- Así son las reacciones al probar El Ministerio VR – clip de vídeo de ‘La puerta del tiempo’–.
- Así comienza el capítulo dieciséis de ‘El Ministerio del tiempo’.
- El discurso de Julián sobre los últimos de Filipinas.
- Pacino y Amelia en la cama.
- Pacino evita que su padre se suicide.
- La despedida de Alonso y Pacino.

- Así arranca el capítulo diecisiete.
  - ¿Por qué para 'El Ministerio del Tiempo'? –clip de vídeo de ‘La puerta del tiempo’–.
  - Así comienza el capítulo dieciocho.
  - Así comienza el capítulo diecinueve.
  - Así comienza el capítulo veinte.
  - La nueva aparición del Ambrosio Espínola.
  - Comienzo del capítulo veinte.
  - Blanca y Elena –Susana Córdoba– frente a frente – clip de vídeo de ‘La puerta del tiempo’–.
  - Saber y triunfar.
  - Cómo ha cambiado la Historia.
  - Julián piensa en Amelia estando con Maite.
  - Elena y Maite no tienen alma.
  - Elena vuelve con Alonso.
  - La otra Irene.
  - La muerte de Salvador Martí.
  - Felipe II descubre cómo es el mundo en 2016.
  - El discurso televisado semanal de Felipe II.
  - Velázquez reflexiona sobre la pintura mitológica.
  - Tercera temporada: Goya, deportistas y Latinoamérica –clip de la entrevista ‘Olivares, Oristrell y Flipy destapan algunos secretos de las nuevas temporadas de Cuéntame y MDT’–.
- f) Documental histórico transmedia –2 contenidos–:
- Jacob explica el desastre de la Armada Invencible.
  - Repasando los 'clásicos' en el Ministerio del Tiempo.
- g) Documental de la producción transmedia –3 contenidos–:
- Así se hace la web de El Ministerio del tiempo.
  - Escena eliminada: Doors Wars.
  - Así se hizo ‘El tiempo en tus manos’.

**Contenido 1024: Tumblr –1 contenido–**



**Contenido 1025: El tiempo es el que es –1 contenido–.**

**Contenido 1026: Curiosidades de la Historia con ‘El Ministerio del Tiempo’ –1 contenido–**

**Contenido 1027: Blue ray / DVD –10 contenidos–**

- Temporada uno:
  - Los archivos del Ministerio –ocho capítulos–.
  - Personajes.
  - Galería.
  - Fichas.
- Temporada dos:
  - Los archivos del Ministerio –trece capítulos–.
  - Tiempo de valientes –podcast–.
  - Promos.
  - Personajes.
  - Galería.
  - Fichas.

**Contenido 1028: WhatsApp –1 contenido–**

## **ANEXO II: CONTENIDOS ASOCIADOS A CADA CAPÍTULO<sup>210</sup>.**

### **Capítulo 1 : ‘El tiempo es el que es’.**

- Los secretos del Ministerio –clips de vídeo–:
  - Así es el Ministerio.
  - Rodolfo Sancho es Curro Jiménez.
  - Amelia Folch, la primera universitaria.
  - Alonso de Entrerríos, un soldado de los Tercios.
  - Julián, el último fichaje.
- La Historia del capítulo uno:
  - ¿Y si Francia hubiera ganado la guerra? –este contenido tiene asociados los siguientes materiales audiovisuales–:
    - ‘El Empecinado’ siempre quiso ser militar
    - ¿Qué tiene el buen guerrillero?
    - España ganó a Francia con la Guerrilla.
    - La condena de ‘El Empecinado’.
    - Por qué ‘El Empecinado’ propuso una guerra de guerrillas’.
    - El padre de Víctor Hugo persiguió a ‘El Empecinado’.
    - El Empecinado’ murió en la horca.
  - ¿Quién fue Juan Martín, ‘El Empecinado’?
- Las mejores imágenes del capítulo uno.
- Capítulo uno: Los archivos del Ministerio.
- Programa uno: La puerta del tiempo, Rodolfo Sancho.
- Galería fotográfica: Así se hizo el capítulo uno.
- Guion del capítulo uno.

### **Capítulo 2: ‘Tiempo de gloria’.**

- Los secretos del Ministerio –clips de vídeo–:

---

<sup>210</sup> Para acceder a cualquiera de los contenidos referidos en este anexo, se debe acudir a: <http://www.rtve.es/television/ministerio-del-tiempo/capitulos-completos/> –recuperado el 20/10/16–. Una vez dentro de ese apartado del sitio web, es necesario clicar sobre el capítulo en el que se encuentra el contenido. Al abrirse el espacio de la web dedicado al capítulo correspondiente, descendiendo con el cursor del ratón aparecerán los contenidos señalados en este anexo para cada episodio.

- Lope, Amelia...y también Julián.
- Alonso viaja al pasado.
- Dos Alonso Entrerrios en la Armada.
- La patrulla cambia la Historia.
- La verdad de Angustias.
- Las mejores imágenes del capítulo dos.
- La historia del capítulo dos:
  - ¿Qué pasó con La Armada Invencible?
  - La vida amorosa de Lope, de traca.
- Capítulo dos: Los archivos del Ministerio.
- Galería fotográfica: Así se hizo el capítulo dos.
- Guion capítulo dos.

### **Capítulo 3: ‘Cómo se reescribe el tiempo’.**

- Los secretos del Ministerio –clips de vídeo–:
  - Amelia Folch ante su tumba.
  - La reprimenda de Salvador a Velázquez.
  - Lola Mendieta y Amelia Folch, frente a frente.
  - Ambrosio Espínola irrumpe en el Ministerio.
  - Hitler, al borde de la muerte.
- La Historia del capítulo tres:
  - ¿Cuál fue la agenda de Himmler en España?
  - ¿Buscaron los Nazis el Santo Grial en España?
- Las mejores imágenes del capítulo tres.
- Capítulo tres: Los archivos del Ministerio.
- Programa dos: La puerta del tiempo, Juan Gea y Natalia Millán.
- Galería fotográfica: Así se hizo el capítulo tres.
- Guion del capítulo tres.

### **Capítulo 4: ‘Una negociación a tiempo’.**

- Los secretos del Ministerio –clips de vídeo–:
  - ¿De qué época es Ernesto?

- Isabel y Fernando o Julián.
- Los secretos de Amelia.
- Las motos existían en el siglo XV.
- Los padres de Amelia.
- Las mejores imágenes del capítulo cuatro.
- La Historia del capítulo cuatro:
  - Michelle Jenner se reencuentra con Rodolfo Sancho: el crossover con Isabel.
  - ¿Lo sabías? Verdades y mentiras de la Inquisición española.
- Capítulo cuatro: los archivos del Ministerio.
- Programa tres: La puerta del tiempo, Nacho Fresneda.
- Torquemada hace arder Twitter –contenido único para el capítulo cuatro–.
- Galería fotográfica: Así se hizo el capítulo cuatro.
- Guion del capítulo cuatro.

### **Capítulo 5: ‘Cualquier tiempo pasado’.**

- Los secretos del Ministerio:
  - Picasso y Velázquez frente a frente.
  - Julián descubre que su padre es infiel.
  - ¿Entenderá Alonso la democracia?
  - Julián se reencuentra con la pequeña Maite.
  - El lugar de castigo del Ministerio.
- Las mejores imágenes del capítulo cinco.
- La Historia del capítulo cinco:
  - ¿Pintaba Picasso como un niño? ¿Por qué es el mejor pintor del siglo XX?
  - El ‘Guernica’ es el primer exiliado de la Guerra Civil –accesible a través de el contenido anterior–
- Capítulo cinco: Los archivos del Ministerio.
- Programa cuatro: La puerta del tiempo, Víctor Clavijo y Ramón Langa.
- Galería fotográfica: Así se hizo el capítulo cinco.

- Guion del capítulo cinco.

### **Capítulo 6: ‘Tiempo de pícaros’.**

- Los secretos del Ministerio –clips de vídeo–:
  - o ¿Quién es Armando Leiva?
  - o ¿Quién era el Lazarillo de Tormes?
  - o La verdadera historia de amor de Lola Mendieta.
  - o ¿Quién escribió ‘El Lazarillo de Tormes’?
  - o Los teléfonos móviles se inventaron en el siglo XVI.
- Las mejores imágenes del capítulo seis.
- Capítulo seis: Los archivos del Ministerio.
- Programa cinco: La puerta del tiempo, Aura Garrido.
- Las andanzas de El Lazarillo en Twitter –contenido único para el capítulo seis–.
- Conociendo más sobre El Ministerio del Tiempo:
  - o Películas que evoca ‘El Ministerio del Tiempo’.
  - o ¿Quién está detrás de la BSO de ‘El Ministerio del Tiempo’?
- Galería fotográfica: Así se hizo el capítulo seis.
- Guion del capítulo seis.

### **Capítulo 7: ‘Tiempo de venganza’.**

- Los secretos del Ministerio –clips de vídeo–:
  - o El reclutamiento de Irene.
  - o Julián sigue enganchado a Maite.
  - o ¿Y si Alonso muriese dentro del Ministerio?
  - o Isabel II en el cine 3D.
  - o La venganza final de Leiva.
- Las mejores imágenes del capítulo siete.
- La Historia del capítulo siete:
  - o El origen de ‘María Cristina me quiere gobernar’.
  - o ¿Qué niños reinaron en la Historia?
- Capítulo siete: Los archivos del Ministerio.

- Programa seis: La puerta del tiempo, Javier Olivares.
- Galería fotográfica: Así se hizo el capítulo siete.
- Guion del capítulo siete.

### **Capítulo 8: ‘La leyenda del tiempo’.**

- Los secretos del Ministerio —clips de vídeo—:
  - o La muerte de Maite.
  - o Amelia y Julián vivirán juntos.
  - o Amelia conoce a su nieta en una misión.
  - o Alonso Entrerríos cambia el destino de su mujer.
  - o Irene es una traidora para sus compañeros.
- Las mejores imágenes del capítulo ocho.
- La Historia del capítulo ocho:
  - o La Residencia de Estudiantes: Lorca, Dalí, Buñuel y Pepín Bello.
  - o El poema premonitorio de Federico García Lorca.
- Capítulo ocho: Los archivos del Ministerio.
- Programa siete: La puerta del tiempo, Rodolfo Sancho y Nacho Fresneda.
- Guion del capítulo ocho.

### **Capítulo 9: ‘Tiempo de Leyenda’.**

- Los mejores momentos del capítulo<sup>211</sup> —clips de vídeo—:
  - o El negro de ‘Malviviendo’ en la época de Viriato.
  - o Menéndez Pidal y Charlton Heston.
  - o Irene vuelve.
  - o La última batalla del Cid.
  - o Adiós Julián.
- Trivial: ¿Cuánto sabes de ‘El Cid Campeador’?
- Curiosidades del capítulo nueve<sup>212</sup>: ¿Por qué El Cid está de moda?  
¿Quiénes son los ‘cidianos’?

---

<sup>211</sup> ‘Los mejores momentos del capítulo’ es el título que se da a esta sección a partir de la segunda temporada, la cual era denominada como ‘Los secretos del Ministerio’ durante la primera temporada de la ficción. Son exactamente lo mismo.

<sup>212</sup> Esta sección es la anteriormente denominada, durante la primera temporada, como ‘La Historia del capítulo X’. A partir de la segunda temporada recibe el nombre de ‘Curiosidades del capítulo X’.

- Capítulo nueve: Los archivos del Ministerio –no aparece en la página donde está ubicado el capítulo, pero sí que se puede ver a través de cualquier otro capítulo, pues todos los capítulos de este programa están enlazados a través de ellos–.
- Líderes de la noche: ‘El Ministerio del Tiempo’ vuelve líder de la noche con más de 2,8 millones de espectadores –contenido único para el capítulo nueve–.
- Informe de redes del capítulo nueve.
- Tiempo de valientes: todos los capítulos –seis en total–.
- Las mejores imágenes del capítulo nueve.
- Audiencias: Más de 300.000 personas vieron el capítulo nueve tras su emisión –accesible desde el espacio dedicado al capítulo diez–.
- Guion del capítulo nueve.

### **Capítulo 10: ‘El tiempo en sus manos’.**

- Los mejores momentos del capítulo –clips de vídeo–:
  - o El beso de Amelia a Alonso.
  - o ¿Quiénes es Serpico?
  - o Una foto de familia.
  - o La traición de Irene.
  - o Pacino descubre el Ministerio.
- Programa ocho: La puerta del tiempo, Jaime Blanch.
- Curiosidades del capítulo diez: Antonio Grilo, la calle maldita de Madrid.
- Capítulo diez: Los archivos del Ministerio
- Hugo Silva en el Ministerio: ¿Se parece Pacino a Al Pacino? ¿Ves a Hugo Silva como Serpico?
- Tiempo de valientes: todos los capítulos –seis en total–.
- Las mejores imágenes del capítulo diez.
- Guion del capítulo diez.
- Navega por la Intranet del Ministerio del Tiempo.
- El universo transmedia de EMDT.

### **Capítulo 11: ‘Tiempo de hidalgos’.**

- Los mejores momentos:
  - El reencuentro de Amelia con Lope de Vega.
  - Irene libera a Lola Mendieta.
  - Alonso y Pacino en acción.
  - Reconocen a Alonso Entrerriós.
  - Boicot a Cervantes.
- Programa nueve: La puerta del tiempo, Miguel Rellán y Víctor Clavijo.
- Curiosidades de capítulo once: Por qué se llevaban tan mal Lope de Vega y Cervantes.
- Hugo Silva en el Ministerio: De dónde viene ‘A buenas horas, mangas verdes’.
- Informe de redes del capítulo once:
  - La primera misión de Pacino en nueve gifs animados.
  - En un lugar de las redes... Celebramos la figura de Cervantes.
- El humor en el Ministerio:
  - Los mejores chistes del capítulo once.
  - Por qué Salomé no ganó Eurovisión.
- Las mejores imágenes del capítulo once.
- Guion del capítulo once.
- Capítulo once: Los archivos del Ministerio.

### **Capítulo 12: ‘El monasterio del tiempo’**

- Programa diez: La puerta del tiempo, Hugo Silva.
- Los mejores momentos –clips de vídeo–.
  - La Misa del Gallo de Angustias y Pacino.
  - Alonso a la moda.
  - Napoleón llega a Tordesillas.
  - Susana Torres despide a Salvador.
  - Angustias habla con Napoleón.
- Curiosidades del capítulo doce:
  - La abadesa que le ablandó el corazón a Napoleón con un pollo.



- ¿Qué pensaba Napoleón de los españoles? Que eran primitivos.
- Las mejores imágenes del capítulo doce.
- El humor en el Ministerio: Los momentos más divertidos del capítulo doce de EMDT.
- Tiempo de valientes: todos los capítulos –seis en total–.
- Guion del capítulo doce.
- Capítulo doce: Los archivos del Ministerio.
- Tienda oficial de la serie.
- Navega por la Intranet del Ministerio.
- Organigrama del Ministerio del Tiempo.
- El universo transmedia de EMDT.

### **Capítulo 13: ‘Un virus de otro tiempo’.**

- Los mejores momentos del capítulo trece –clips de vídeo–:
  - Los fans, parte del Ministerio.
  - El traje de Harvard.
  - El beso de Irene y Susana Torres.
  - El beso de Pacino a Amelia.
  - El amor de Alonso y Blanca.
- Curiosidades del capítulo trece: Gripe española, 40 millones de muertos y un virus que volverá.
- Más momentazos del capítulo –continuación de ‘Los mejores momentos del capítulo trece’–:
  - Velázquez con su maestro Pacheco.
  - Dos funcionarios atrapados en Altamira.
  - Ernesto se salta las reglas.
  - El bedel recuerda a su padre.
  - La vida de Salvador como jubilado.
- Programa once: La puerta del tiempo, Mar Saura.
- Tiempo de valientes: todos los capítulos –seis en total–.
- Las mejores imágenes del capítulo trece.
- Guion del capítulo trece.

- Capítulo trece: Los archivos del Ministerio.

### **Capítulo 14: ‘Tiempo de magia’.**

- Los mejores momentos del capítulo catorce:
  - o Pacino, el adivino.
  - o Lola le cuenta la verdad a Amelia.
  - o Argamasilla demuestra sus poderes a Ramón y Cajal.
  - o El truco de magia de Houdini.
  - o Houdini vuelve a ver a su madre.
- Test de personalidad de EMDT.
- Programa doce: La puerta del tiempo, Aura Garrido.
- Tiempo de valientes: todos los capítulos –seis en total–.
- Guion del capítulo catorce.
- Las mejores imágenes del capítulo catorce.
- Capítulo catorce: Los archivos del Ministerio.
- Tienda oficial de la serie.
- Navega por la Intranet del Ministerio del Tiempo.
- Organigrama del Ministerio del Tiempo.
- El universo transmedia de EMDT.

### **Capítulo 15: ‘Tiempo de valientes I’.**

- Los mejores momentos del capítulo quince –clips de vídeo–:
  - o Los últimos de Filipinas.
  - o Pacino intenta ligar con Amelia.
  - o Pacino conoce a Julián.
  - o ¿Blanca o Elena?
  - o Ernesto tiene un hijo secreto.
- Programa trece: La puerta del tiempo, Alberto Jiménez.
- Diccionario Alonso-Pacino, Pacino-Alonso.
- Test de personalidad de EMDT.
- Las mejores imágenes del capítulo quince.
- Guion del capítulo quince.

- Capítulo quince: Los archivos del Ministerio.
- Organigrama del Ministerio del Tiempo.

### **Capítulo 16: ‘Tiempo de valientes II’.**

- Los mejores momentos del capítulo dieciséis –clips de vídeo–:
  - o Amelia comparte su secreto con Pacino.
  - o Pacino y Amelia se descubren.
  - o Alonso y Julián intentan huir de Baler.
  - o Pacino mantiene la historia.
  - o Pacino y Julián se conocen.
- Encuesta ministérica: ¿eres julianista o pacinista?
- Las ocho razones por las que Pacino debe seguir.
- Programa catorce: La puerta del tiempo, Javier Olivares.
- Guion del capítulo dieciséis.
- Así han vivido los fans la marcha de Pacino –contenido único para el capítulo dieciséis–.
- Diccionario Alonso-Pacino, Pacino-Alonso.
- Test de personalidad de EMDT.
- Las mejores imágenes del capítulo dieciséis.
- Capítulo dieciséis: Los archivos del Ministerio.

### **Capítulo 17: ‘Óleo sobre tiempo’.**

- Curiosidades del capítulo diecisiete: Felipe V, el Rey que se creía una rana o un muerto.
- Los mejores momentos del capítulo diecisiete:
  - o Alonso y Elena.
  - o El final de Walcott.
  - o Enriqueta, alta traición.
  - o Velázquez lucha por sus obras de arte.
  - o La venganza de Lola Mendieta.
- ¿Qué le preguntarías a Nacho Fresneda?

- Tiempo de confesiones: capítulo uno.
- Las mejores imágenes del capítulo diecisiete.
- Guion del capítulo diecisiete.
- Capítulo diecisiete: Los archivos del Ministerio.

### **Capítulo 18: ‘Separadas por el tiempo’.**

- Curiosidades del capítulo dieciocho: Enriqueta Martí, la vampira que no lo fue.
- Los mejores momentos del capítulo dieciocho –clips de vídeo–:
  - o Ernesto encuentra a su hijo.
  - o Nueva agente.
  - o Salvador Martí cantó dos veces el gordo.
  - o La ‘vampira’ no quiere ser una asesina.
  - o Amelia busca su tumba.
- Tiempo de confesiones: capítulo dos.
- Las mejores imágenes del capítulo dieciocho.
- Guion del capítulo dieciocho.
- Programa quince: La puerta del Tiempo, Nacho Fresneda.
- Capítulo dieciocho: Los archivos del Ministerio.
- Test de personalidad de EMDT.
- Tienda oficial de la serie.
- Navega por la Intranet del Ministerio del Tiempo.
- Organigrama del Ministerio.
- El universo transmedia de EMDT.

### **Capítulo 19: ‘Tiempo de lo oculto’.**

- Los mejores momentos del capítulo diecinueve –clips de vídeo–:
  - o ¿Somos follamigos?
  - o Así se manipulan las audiencias televisivas.
  - o Julián y Alonso, confidencias en el baño.
  - o Ser funcionario, según el Ministerio.
  - o Lombardi y su hija en el siglo V.

- El mendigo de ‘Águila roja’.
- Lombardi, descubridor de América.
- Cristiano y Ronaldo salvan a Colón.
- Alonso y Elena, cita romántica.
- Curiosidades del capítulo diecinueve: ¿Cómo habrían sido los WhatsApp entre colón y los Reyes Católicos en 1492?
- Tiempo de confesiones: capítulo tres.
- Las mejores imágenes del capítulo diecinueve.
- Programa quince: La puerta del Tiempo, Nacho Fresneda.
- Capítulo diecinueve: Los archivos del Ministerio.
- Test de personalidad de EMDT.
- Guion del capítulo diecinueve.
- Tienda oficial de la serie.
- Navega por la Intranet del Ministerio del Tiempo.
- Organigrama del Ministerio.
- El universo transmedia de EMDT.

### **Capítulo 20: ‘Hasta que el tiempo nos separe’.**

- Los mejores momentos del capítulo veintiuno –clips de vídeo–:
  - Los secretos entre Alonso y Elena se han terminado.
  - La vuelta de Espínola.
  - Alonso lucha a muerte por Elena.
  - Dos bodas, dos caras de la moneda.
  - Amelia le cuenta su secreto a Julián.
  - Pepe Rodríguez, el mejor chef para una boda.
  - La despedida de soltero de Ortigosa.
- Programa dieciséis: La puerta del tiempo, Susana Córdoba.
- Juego: ¿Cuánta Historia has aprendido gracias a ‘El Ministerio del Tiempo’?
- El manual del perfecto cuñado en las bodas, según EMDT –cuenta con clips de vídeo utilizados sólo para este contenido–:
  - El cuñado de Ortigosa bromea con él sobre besar a su hermana.

- El cuñado intenta ligar en la boda (I).
- El cuñado reparte arroz para tirar en la boda.
- El cuñado interrumpe a Irene y su ligue en el cóctel de la boda.
- El cuñado intenta ganarse a sus compañeros de mesa en la boda.
- El cuñado que estuvo a punto de entrar en la Filarmónica de Viena.
- Una App para poner tu cara en el cuerpo de Bertín Osborne.
- El cuñado, animador de las bodas.
- Spínola le da una bofetada al cuñado en la boda.
- Tiempo de confesiones: capítulo cuatro.
- Las mejores imágenes del capítulo veinte.
- Guion del capítulo veinte.
- Capítulo veinte: Los archivos del Ministerio.

### **Capítulo 21: ‘Cambio de tiempo’.**

- Los mejores momentos del capítulo veintiuno –clips de vídeo–:
  - Felipe II descubre cómo es el mundo en 2016.
  - Salvador Martí habla por teléfono con Rajoy.
  - El discurso televisado semanal de Felipe II.
  - La muerte de Salvador Martí.
  - Saber y triunfar.
  - Elena y Maite no tienen alma.
  - La otra Irene.
  - El tiempo en tiempos de Felipe II.
  - Elena vuelve con Alonso.
- Videoencuentros. Marc Vigil cierra ‘La puerta del tiempo’.
- Juego: ¿Cuánta Historia has aprendido gracias a ‘El Ministerio del Tiempo’?
- Tiempo de confesiones: capítulo cuatro.
- Las mejores imágenes del capítulo veintiuno.
- Guion del capítulo veintiuno.
- Capítulo veintiuno: Los archivos del Ministerio.

- Test de personalidad de EMDT.
- Tienda oficial de la serie.
- Navega por la Intranet del Ministerio del Tiempo.
- Organigrama del Ministerio del Tiempo.
- El universo transmedia de ‘El Ministerio del Tiempo’.

### **Capítulo de realidad virtual: ‘El tiempo en tus manos’.**

- ‘El tiempo en tus manos’. Capítulo interactivo de realidad virtual de EMDT.
- RTVE estrena 'El tiempo en tus manos', el primer episodio de Realidad Virtual interactivo de una serie de televisión en el mundo –vídeos y texto–.
- Making of: ‘El tiempo en tus manos’ –vídeo–.
- ¿Qué opinan nuestras caras de ‘El tiempo en tus manos’? –vídeo y texto–.
- Álbum de rodaje –imágenes–.
- Preguntas frecuentes –texto–.

## **ANEXO III: CONTENIDOS NO ASOCIADOS A CAPÍTULOS.**

### **PORTADA:**

#### **Contenido 1007: ‘La puerta del tiempo’**

‘La puerta del tiempo’, programa 18: Marc Vigil, director de la serie.

#### **Contenido 1013: ‘Información general’.**

- Capítulo 22: Tiempo de chupitos.
- La tercera temporada : Goya, América y ¿la vuelta de Pacino? –programa de entrevistas ‘Seriéfilos’ de RTVE y texto–.
- El Ministerio del Tiempo tendrá tercera temporada.

### **MENÚ IZQUIERDO DE LA PORTADA:**

#### **Contenido 1017: ‘VR’.**

- ‘El tiempo en tus manos’. Capítulo interactivo de realidad virtual de EMDT.
- RTVE estrena 'El tiempo en tus manos', el primer episodio de Realidad Virtual interactivo de una serie de televisión en el mundo –vídeos y texto–.
- Making of: ‘El tiempo en tus manos’ –vídeo–.
- ¿Qué opinan nuestras caras de ‘El tiempo en tus manos’? –vídeo y texto–.
- Álbum de rodaje –imágenes–.
- Preguntas frecuentes –texto–.

#### **Contenido 1018: ‘Serie’.**

- El Ministerio del Tiempo, un secreto de estado.
- La patrulla.
- El reparto.
- El equipo.

#### **Contenido 1019: ‘Facebook’**

- Inicio.



- Información.
- Más páginas oficiales.
- Fotos.
- Me gusta.
- Vídeos:
  - Estáis a punto de conocer el secreto mejor guardado en España durante los últimos 500 años.
  - ¡Ya tenemos las primeras imágenes de ‘El Ministerio del tiempo’!
  - Nuevas imágenes de ‘El Ministerio del tiempo’.
  - El making of de ‘El Ministerio del tiempo’.
  - ¡Vídeo! Más imágenes del primer capítulo en esta promo.
  - En ‘El Ministerio del tiempo’ los efectos digitales son fundamentales.
  - ¿Quién es ese tal Alonso de Entrerriós?
  - Muchos de los principales críticos de televisión ya han visto el primer capítulo de ‘El Ministerio del tiempo’.
  - Nueva promo.
  - Los primeros minutos de ‘El Ministerio del tiempo’.
  - Así comienza ‘El Ministerio del tiempo’.
  - El Telediario se llevó a Rodolfo Sancho, Aura Garrido y Nacho Fresneda a un bareto de Antón Martín.
  - Los primeros minutos de Rodolfo Sancho en El MdT.
  - Rodolfo Sancho se acuerda de su padre en el papel de Curro Jiménez.
  - Como decía Irene Larra: ‘las redes sociales enganchan’.
  - Ya tenemos avance del capítulo dos: Lope de Vega y Julián, cara a cara...
  - Rodolfo habla del momento ‘Curro Jiménez’ en el primer capítulo.
  - Los archivos del Ministerio – Programa uno –clip de vídeo–.
  - Así comienza ‘Tiempo de gloria’.
  - Lope de Vega vs. Leño: duelo de versos en Twitter con ‘El Ministerio del tiempo’.
  - Ifjdssdfs ds <http://goo.gl/hKR6zh>.

- Los archivos del Ministerio – Programa dos –clip de vídeo–.
- ¿Quién no querría decir a un nazi: ‘pero tú de qué te ríes tontolaba’?
- Los nazis visitan ‘El Ministerio del tiempo’ el lunes a las 22.00.
- ¡Ministéricos! Así comienza ‘Cómo se reescribe el tiempo’.
- ¿Qué hay detrás de ‘Cómo se reescribe el tiempo’?
- El Ministerio está en peligro.
- El martes pasado Juan Gea y Natalia Millán nos hackearon ‘La puerta del tiempo’.
- Los archivos del Ministerio – Programa cuatro –clip de vídeo–.
- Prepárate tus pantalones pitillo, tu chupa vaquera, píntate el pelazo o saca la camiseta de los Sex Pistols.
- Sabemos que algunos no pudisteis ver el otro día ‘Los archivos del Ministerio’.
- ¿Qué nos espera esta noche en el penúltimo capítulo de la temporada?
- Así se prepara la web de ‘El Ministerio del tiempo’.
- ‘El Ministerio del tiempo’ – mejores momentos de ‘Isabel II en 3D’.
- Julián sigue enganchado a Maite, el amor de su vida.
- Los archivos del Ministerio – Programa siete –clip de vídeo–.
- ¿Qué pasaría si nuestro Alonso muriera?
- ¿De qué se ríe Jordi Hurtado?
- ‘El Ministerio del tiempo’ – Final de temporada.
- Los archivos del Ministerio – Programa siete –clip de vídeo–.
- Llega el momento de recordar la temporada.
- La puerta del tiempo – Programa final –clip de vídeo–.
- Los archivos del Ministerio – Programa final –clip de vídeo–.
- ‘El Ministerio del tiempo’. Mejores momentos.
- ¿Cuál ha sido vuestro momento favorito de la temporada?
- Reencuentros: Julián, Alonso y Velázquez.
- Velázquez: ¿Volvemos o no? –contenido exclusivo de Facebook–.

- Lo del tráiler de Star Wars de hoy...pues eso, que Ernesto lo ha visto –contenido exclusivo de Facebook–.
- Atapuerca tiene algo que decir –contenido exclusivo de Facebook–.
- Angustias está loca por el #RodajeMinistérico del miércoles – contenido exclusivo de Facebook–.
- Ganadores del #PremioOndas 2015 a la mejor serie española – contenido exclusivo de Facebook–.
- Llevamos mucho tiempo esperando... –contenido exclusivo de Facebook–.
- Así ha reaccionado la gente ante el final del tráiler de la nueva temporada –contenido exclusivo de Facebook–.
- Secuencia eliminada S02E01 –contenido exclusivo de Facebook–.
- Importante –contenido exclusivo de Facebook–.
- ¿Y tú? ¿Eres Ministérico?
- Ay este #DealWithit de Julián a Lope recitando a Rosendo... – contenido exclusivo de Facebook–.
- Rodolfo Sancho graba el podcast ‘Tiempo de valientes’, en RNE.
- ¡Comunicado oficial! Abierta la convocatoria para el grupo de WhatsApp exclusivo de este Ministerio.
- Así definía Jaime Blanch a ‘El Ministerio del tiempo’ el pasado miércoles –contenido exclusivo de Facebook–.
- ¿Eso qué es un chiste?
- Aún seguimos abrumados tras la reacción del público ante el capítulo en de ayer en la #PremierMdT –contenido exclusivo de Facebook–.
- ‘Quién ha hecho esto no es un ser humano, es una bestia...’
- [Aviso ligeros spoilers] ¿Quién es Jesús Méndez?
- Jaime Blanch sabe a qué personaje le gustaría reclutar.
- ‘Por ahí viene Sor Citroën’.
- ‘Un virus de otro tiempo’ – Avance.
- Loar archivos del Ministerio: Capítulo cinco –clip de vídeo–.
- Ya llega... #HoudiniMdt.

- Tiempo de magia. Esta noche en La 1 de TVE.
- Archivo 0321765/Filipinas.
- Tic, tac, tic, tac...
- Tiempo de valiente: primera parte –tráiler–.
- Así será el capítulo dieciséis de ‘El Ministerio del tiempo’.
- Descarga gratis ‘El Tiempo en tus manos’.
- Tiempo de valientes (II) – Promo.
- Cada uno tiene su adjetivo para ‘El Ministerio del Tiempo’... ¿cuál es el tuyo?
- Velázquez... –contenido exclusivo de Facebook–.
- ‘El tiempo es el que es’ – Ya a la venta.
- Óleo sobre tiempo –promo–.
- Esta noche, Alonso se pone el delantal.
- Separadas por el tiempo – Promo 1.
- Los archivos del Ministerio: Óleo sobre tiempo –clip de vídeo–.
- Óleo sobre tiempo – capítulo completo –clip de vídeo–.
- Óleo sobre tiempo – capítulo completo –clip de vídeo dos–.
- Separadas por el tiempo –promo–.
- Archivo ministerial – Vampira del Raval.
- MdT – 583 (XXI cámara de seguridad del pasillo 145 –Secuencia eliminada S02E01–)
- [Ojo spoilers] El Ministerio del tiempo, al descubierto.
- Esta semana viene movidita...
- Esta noche, en ‘Tiempo de lo oculto’.
- ‘El tiempo en tus manos’ – descárgala ya.
- ‘Hasta que el tiempo nos separe’ – promo.
- ‘El tiempo es el que es’ – novela oficial.
- Hasta que el tiempo nos separe –clip de vídeo–.
- Cámara de seguridad Pasillo puertas / Escalera helicoidal.
- ¡¡¡Cuidado con los spoilers!!! ¿Los espoiqué?
- ‘Cambio de tiempo’ – Tráiler.
- Volvemos.
- La vuelta de Pacino, Goya, aventuras en Latinoamérica...

- Publicaciones.

**Contenido 1020: 'Twitter'**

**Contenido 1021: 'Instagram'**

**Contenido 1022: 'Foro oficial'**

- La cafetería del Ministerio.
- Capítulos.
- Los personajes.
- Conserjería del Ministerio.
- Documentación audiovisual.
- Qué hubiera pasado si...
- Los archivos del Ministerio.
- La biblioteca del Ministerio.

**Contenido 1023: 'Telegram'.**

**Contenido 1024: Vídeos.**

a) Información:

- Noticias:
  - o 'El Ministerio del tiempo', la nueva serie de TVE.
  - o Arranca el rodaje de 'El Ministerio del tiempo'.
  - o El Ministerio del tiempo, nueva serie en TVE.
  - o Los efectos digitales de 'El Ministerio del tiempo'.
  - o ¿Quiénes son los agentes del Ministerio?.
  - o Los críticos elogian la serie.
  - o Los protagonistas de 'El Ministerio del tiempo'.
  - o El Ministerio del Tiempo se estrena este martes a las 22.30 en La 1.
  - o Juan Gea visita la Biblioteca Nacional.
  - o Primeras imágenes del rodaje de la segunda temporada de 'El Ministerio del Tiempo.

- Javier Olivares, sobre 'El Ministerio del Tiempo': "Los protagonistas representan a las tres Españas normalmente peleadas".
- Javier Olivares nos adelanta cómo será la segunda temporada 'El Ministerio del Tiempo'.
- 'El Ministerio del Tiempo' graba en Alcalá de Henares un capítulo con Cervantes.
- 50 ministéricos, extras de 'El Ministerio del Tiempo'.
- Un total de 50 fans de "El Ministerio del Tiempo" participarán en un capítulo.
- El universo transmedia de 'El Ministerio del Tiempo'.
- El Ministerio del Tiempo y la Lotería de Navidad.
- El equipo de 'El Ministerio del Tiempo' vuelve a reunirse el lunes 15 de febrero.
- La 1 de TVE estrena este lunes la segunda temporada de 'El Ministerio del Tiempo'.
- Los críticos de televisión se rinden a El Ministerio del Tiempo.
- Un Ministerio del Tiempo muy colchonero.
- La realidad virtual llega a EMDT.
- Los ministéricos se citan en Madrid en su segunda quedada.
- Entrevistas:
  - 'El Ministerio del tiempo' en los Goya 2015 –a los protagonistas–.
  - Nueva serie: 'El Ministerio del tiempo' –a los protagonistas–.
  - 'El Ministerio del tiempo' recupera el género de aventuras –entrevista radiofónica a Rodolfo Sancho–.
  - Rodolfo Sancho en La Mañana.
  - 'El Ministerio del tiempo', una serie para la historia –entrevista radiofónica a Javier Olivares–.
  - Sergio Peris-Mencheta: "Del Gran Capitán al Cid, estoy encantado".
  - Nacho Fresneda, un hombre curtido en mil batallas –entrevista a Nacho Fresneda–.

- Olivares, Oristrell y Flipy destapan algunos secretos de las nuevas temporadas de Cuéntame y MDT –entrevista a Javier Olivares y dos creadores de ficción para TVE–.
- La noche en vela: Curiosidades de la historia con 'El Ministerio del Tiempo' –entrevista radiofónica sobre el libro 'Curiosidades de la Historia con 'El Ministerio del tiempo'–.

b) Publicidad:

- Primera promo de 'El Ministerio del tiempo'.
- Tráiler de 'El Ministerio del tiempo'.
- Cuenta atrás para 'El Ministerio del Tiempo'.
- Promo del primer capítulo.
- El Ministerio del tiempo. Promo del primer capítulo: Alonso de Entrerríos.
- Promo del primer capítulo: Amelia Folch.
- El Ministerio del tiempo. Avance del segundo capítulo de 'El Ministerio del tiempo'.
- El MdT. Avance de los capítulos 2 a 8.
- Promo del capítulo dos.
- El Ministerio del tiempo. Avance del tercer capítulo.
- Promo del capítulo tres.
- Avance del capítulo cuatro.
- Promo del capítulo cuatro.
- Avance del capítulo cinco.
- Promo del capítulo cinco.
- Avance del capítulo cinco: El Guernica.
- Avance del capítulo seis.
- Promo del capítulo seis.
- Hazte ministérico.
- Avance del capítulo siete.
- Promo del capítulo siete.
- Avance de final de temporada.

- Promo del capítulo ocho –final de temporada–.
- Primer avance de la segunda temporada.
- Tráiler largo de la segunda temporada.
- Avance de series de TVE en 2016.
- El MDT salta a RNE con Rodolfo Sancho.
- Soy Ministérica: Belén.
- Soy Ministérico: Manolo.
- Segunda temporada, muy pronto en La 1.
- Velázquez, Amelia y Alonso ven 'Terminator 2'.
- Nueva temporada.
- Avance del capítulo diez.
- Promo del capítulo diez.
- 'El caso' en 'El Ministerio del tiempo' –promo para la serie 'El caso' utilizando a EMDT–.
- Avance del capítulo once.
- Avance del capítulo doce.
- Así será el primer episodio de realidad virtual de una serie.
- Avance del capítulo trece.
- Avance del capítulo catorce.
- Avance del capítulo quince.
- Houdini, el lunes en El Ministerio del Tiempo.
- Avance del capítulo dieciséis.
- Julián y Amelia se extrañan.
- Avance del capítulo diecisiete.
- Así reaccionan los fans cuando ven el capítulo dieciséis.
- El Ministerio volverá muy pronto a la televisión.
- Así son las nuevas caras de su vuelta.
- El Tiempo es el que es. La novela de El Ministerio del Tiempo.
- Avance del capítulo veinte.
- Habrá tercera temporada.

c) Ficción:

- Misiones del Ministerio:



- No ganamos la copa del mundo 2010.
- Julio Iglesias nunca se convirtió en cantante.
- Cervantes no escribió el Quijote.
- España se une al eje en la II Guerra Mundial.
- Curso online para patrulleros del Ministerio del tiempo:
  - Lección uno.
  - Lección dos.
  - Lección tres.
  - Lección cuatro.
- Bienvenidos al WhatsApp de Irene.
- El Ministerio del Tiempo. Ernesto da la bienvenida al grupo de WhatsApp de seguidores de la serie.
- El vídeo secreto que explica qué es el Ministerio.
- FrikiLeaks:
  - Señor no fue el héroe del España-Malta.
  - Un funcionario cuidó de Iniesta para ganar el mundial.
  - Pirateo de la señal de 'La puerta del tiempo'.
  - Frikileaks vuelve a atacar 'La Puerta del Tiempo'.
  - Frikileaks vuelve a atacar 'La Puerta del Tiempo' (II).
  - Frikileaks vuelve a atacar 'La Puerta del Tiempo' (III).
- Salvador presenta el grupo de WhatsApp.
- Archivo clasificado Hd/14-1924 –audio–.
- Martín Cerezo recuerda cómo fue Baler 40 años después –audio–.

d) Paratexto:

- La música de cabecera de 'El Ministerio del tiempo'
- Regreso al Ministerio del tiempo –resúmenes de los capítulos emitidos en televisión–:
  - Capítulo uno –resumen de los episodios uno y dos–.
  - Capítulo dos –resumen de los episodios tres y cuatro–.
- La antesala del Ministerio –resumen de la primera temporada–.
- "Hey" de Julio Iglesias: versión de Salvador Martí –vídeo cómico con imágenes de EMDT–.

- Crossover: Cuéntame el Ministerio de Olmos y Robles.
- La antesala del Ministerio. Capítulo 10.
- La antesala del Ministerio. Capítulo 11.
- La antesala del Ministerio. Capítulo 12.
- La antesala del Ministerio. Capítulo 13.
- La antesala del Ministerio. Capítulo 14.
- La antesala del Ministerio. Capítulo 15.
- La antesala del Ministerio. Capítulo 16.

e) Clips de vídeo:

- El Atleti, una pasión en el Ministerio del Tiempo.
- Las redes sociales cuando vienes de otro siglo.
- El MdT. Las perlas del estreno de 'El Ministerio del Tiempo.
- El Ministerio del tiempo. Cabecera de la serie.
- Las mejores bromas del capítulo dos.
- Alonso habla con su hijo.
- Así comienza el capítulo tres.
- Hitler, al borde de la muerte.
- ¡Otra peli de guerra!
- El contestador automático de Ambrosio Spínola Doria.
- Velázquez se pone a dibujar durante el asedio nazi.
- Explicando a Himler qué es una corrida de toros.
- ¿Ese tal Luis Aragonés es otro grande de España?
- El encuentro con los maquis del monte.
- Franco no tiene ni idea de alemán.
- Himler tiene que ir al baño.
- Selección de perlas cómicas del capítulo tres.
- Escuchando a Himler despotricar contra los toros.
- Alonso de Entrerríos viendo bellezas en una revista.
- Los españoles de 1940 descubren los restaurantes chinos.
- Celebrando el cumpleaños de Diego Velázquez.
- Hitler falta al respeto a Franco: “Mejor no se lo traduzco”.
- Así comienza el capítulo cuatro.

- Michelle Jenner habla de su papel como Isabel –clip de ‘La puerta del tiempo’–.
- Jordi Hurtado, nuevo funcionario de El Ministerio del tiempo.
- Michelle Jenner se reencuentra con Rodolfo Sancho: Isabel y ¿Fernando o Julián? –clip de ‘La puerta del tiempo’–.
- “Torquemada, soy tu padre”.
- Así comienza el capítulo cinco.
- El Ministerio del Tiempo y la meteorología –clip de ‘El Tiempo’ de TVE–.
- El lugar de castigo del ministerio.
- Velázquez y la teoría Picasso.
- Bienvenidos a casa de los Alcántara.
- “El rock, la cerveza y las bravas el mejor invento”.
- Su padre confiesa a Julián que fue infiel.
- Lope de Vega: “El teatro es el verdadero espejo del mundo”.
- Velázquez opina sobre Dalí.
- Jordi Hurtado, funcionario del tiempo.
- Julián se despide de Federico García Lorca.
- Aitor Mazo en ‘El Ministerio del tiempo’.
- Así comienza la nueva temporada de El Ministerio del Tiempo.
- Los mejores fans del mundo son los de El Ministerio del Tiempo –clip de ‘La puerta del tiempo’–.
- Los protagonistas del Ministerio del Tiempo en la alfombra roja –clip de ‘La puerta del tiempo’–.
- Javier Olivares y Marc Vigil confiesan que ellos son los primeros ministéricos –clip de ‘La puerta del tiempo’–.
- La patrulla, unida de nuevo.
- Irene vuelve al Ministerio.
- La despedida de Julián.
- El ADN, minuto de oro de ‘El Ministerio del tiempo’.
- Así comienza el capítulo diez de ‘El Ministerio del tiempo’.
- Salvador enseña a Pacino el Ministerio.
- Pacino cuenta a Alonso quién era Serpico.

- Alonso a Amelia: "Nunca he conocido una mujer como vos".
- Irene es el topo del Ministerio.
- Amelia le enseña a Alonso la foto de su hija con Julián.
- Cabecera con Pacino – con Hugo Silva–.
- Así comienza el episodio once de ‘El Ministerio del tiempo’.
- Pacino es un cuadrillero de la Santa Hermandad.
- Alonso y Amelia intentan boicotear la obra de Cervantes.
- Salvador indignado con el resultado de Eurovisión.
- Alonso, reconocido por un soldado de Flandes.
- Alonso y Pacino persiguen a los ingleses.
- Así comienza el capítulo doce de ‘El Ministerio del tiempo’.
- Alonso y la ropa del siglo XXI.
- Así comienza el capítulo trece de ‘El Ministerio del tiempo’.
- Velázquez con su maestro Pacheco.
- Susana y el traje: "No creo que haya que ir a Harvard para ponérselo".
- Así comienza el capítulo catorce de ‘El Ministerio del tiempo’.
- El reencuentro de Alonso y Blanca.
- Gregorio Marañón en el Ministerio del Tiempo.
- Los fans nos cuentan cómo se lo pasaron en el rodaje de El Ministerio del Tiempo –clip de vídeo de ‘La puerta del tiempo’–.
- Así arranca el capítulo quince: Julián en la Guerra de Cuba.
- Así son las reacciones al probar El Ministerio VR – clip de vídeo de ‘La puerta del tiempo’–.
- Así comienza el capítulo dieciséis de ‘El Ministerio del tiempo’.
- El discurso de Julián sobre los últimos de Filipinas.
- Pacino y Amelia en la cama.
- Pacino evita que su padre se suicide.
- La despedida de Alonso y Pacino.
- Así arranca el capítulo diecisiete.
- ¿Por qué para 'El Ministerio del Tiempo'? –clip de vídeo de ‘La puerta del tiempo’–.
- Así comienza el capítulo dieciocho.

- Así comienza el capítulo diecinueve.
  - Así comienza el capítulo veinte.
  - La nueva aparición del Ambrosio Espínola.
  - Comienzo del capítulo veinte.
  - Blanca y Elena –Susana Córdoba– frente a frente – clip de vídeo de ‘La puerta del tiempo’–.
  - Saber y triunfar.
  - Cómo ha cambiado la Historia.
  - Julián piensa en Amelia estando con Maite.
  - Elena y Maite no tienen alma.
  - Elena vuelve con Alonso.
  - La otra Irene.
  - La muerte de Salvador Martí.
  - Felipe II descubre cómo es el mundo en 2016.
  - El discurso televisado semanal de Felipe II.
  - Velázquez reflexiona sobre la pintura mitológica.
  - Tercera temporada: Goya, deportistas y Latinoamérica –clip de la entrevista ‘Olivares, Oristrell y Flipy destapan algunos secretos de las nuevas temporadas de Cuéntame y MDT’–.
- f) Información o reportaje histórico:
- Jacob explica el desastre de la Armada Invencible.
  - Repasando los 'clásicos' en el Ministerio del Tiempo.
- g) Making of:
- Así se hace la web de El Ministerio del tiempo.
  - Escena eliminada: Doors Wars.
  - Así se hizo ‘El tiempo en tus manos’.

**Contenido 1025: Tumblr.**

**Contenido 1026: El tiempo es el que es –novela–.**

**Contenido 1027: Curiosidades de la Historia con ‘El Ministerio del Tiempo’.**

## **Contenido 1028: Blue ray**

- Temporada uno:
  - Los archivos del Ministerio –ocho capítulos–.
  - Personajes.
  - Galería.
  - Fichas.
- Temporada dos:
  - Los archivos del Ministerio –trece capítulos–.
  - Tiempo de valientes –podcast–.
  - Promos.
  - Personajes.
  - Galería.
  - Fichas.

## **ANEXO IV: CONTENIDOS DE FICCIÓN DE EMDT.**

**Contenido 1001: ‘Capítulos’ emitidos en televisión, *streaming* y ‘a la carta’. Véase tabla 17 página 181 –21 contenidos–.**

**Contenido 1009: Webserie, ‘Tiempo de confesiones’ –4 contenidos–**

- Capítulo 1.
- Capítulo 2.
- Capítulo 3.
- Capítulo 4.

**Contenido 1013: ‘Tiempo de valientes’ –6 contenidos–**

- Capítulo 1: Tiempo de Valientes.
- Capítulo 2: Tiempo de valientes.
- Capítulo 3: Tiempo de valientes.
- Capítulo 4: Tiempo de valientes.
- Capítulo 5: Tiempo de valientes.
- Capítulo 6: Tiempo de valientes.

**Contenido 1014: ‘Intranet’ –38 contenidos–**

- Álbum de boda de Natalia y Ortigosa –imágenes–.
- El cuñado con un palo de *selfie* –vídeo–.
- Archivo MDT Fergus/45 –audio–.
- El ‘falso’ mapa del Colón –imagen–.
- El listín de las puertas –imagen–.
- El logo de Lombardi –imagen–.
- Dossier de prensa sobre la Vampira –imágenes–.
- Archivo de Julián y Amelia –imágenes–.
- Walcott antes de morir –vídeo–.
- Martín Cerezo, 40 años después –audio–.
- La chuleta de Alonso –imagen–.
- La esposa guapa –imagen–.

- Rafael y la tagala –imagen–.
- Mapa de Filipinas –imagen–.
- Argamasilla en Tinder –vídeo–.
- Archivo secreto: María Pita –vídeo–.
- La otra cara de la cuarentena –imágenes–.
- Lista de funcionarios enfermos –imágenes–.
- Prevención de riesgos –imagen–.
- Plano de el Ministerio del Tiempo –imagen–.
- Así lo pasamos en rodaje –imágenes–.
- Foto de Julián en Cuba –imagen–.
- Pacino: Alonso friega ya –vídeo–.
- La carta de despido de Salvador Martí –documento pdf–.
- El DNI de Alonso Entrerríos –imagen–.
- De cañas con Cervantes por Madrid (3/03/2016) –imágenes–.
- El álbum de rodaje, capítulo once (3/03/2016) –imágenes–.
- Los *selfies* de Amelia Folch en 1605 (3/03/2016) –al acceder a este contenido no aparecía nada–.
- El álbum de rodaje, capítulo 10 (25/02/16) –imágenes–.
- Tonos de móvil del Ministerio (26/02/16) –audio–.
- Los archivos sobre Pacino (25/02/16) –imágenes revista ‘El caso’–.
- La carta de adiós de Julián (18/02/16) –imagen–.
- Los recuerdos de Buendía (18/02/16) –imágenes–.
- El álbum del rodaje, capítulo nueve (18/02/16) –imágenes–.
- Rogelio Buendía se despide (18/02/16) –vídeo–.
- Contestador de Spinola (04/02/16) –audio–.
- Archivo Hd/14-1924 (04/02/16) –audio–.
- El *selfie* de Spínola (04/02/16). –vídeo–

**Contenido 1015: ‘Organigrama –1 contenido–**

- Organigrama del Ministerio del Tiempo.

**Contenido 1016a: ‘Realidad Virtual’ –2 contenido–**



- 'El tiempo en tus manos'. Capítulo interactivo de realidad virtual de EMDT.
- Explora el Ministerio.

**Contenido 1020: 'Instagram' –66 contenidos–**

**Contenido 1023c: Vídeos –20 contenidos–.**

- Misiones del Ministerio:
  - o No ganamos la copa del mundo 2010.
  - o Julio Iglesias nunca se convirtió en cantante.
  - o Cervantes no escribió el Quijote.
  - o España se une al eje en la II Guerra Mundial.
- Curso online para patrulleros del Ministerio del tiempo:
  - o Lección uno.
  - o Lección dos.
  - o Lección tres.
  - o Lección cuatro.
- Bienvenidos al WhatsApp de Irene.
- El Ministerio del Tiempo. Ernesto da la bienvenida al grupo de WhatsApp de seguidores de la serie.
- El vídeo secreto que explica qué es el Ministerio.
- FrikiLeaks:
  - o Señor no fue el héroe del España-Malta.
  - o Un funcionario cuidó de Iniesta para ganar el mundial.
  - o Piratería de la señal de 'La puerta del tiempo'.
  - o Frikileaks vuelve a atacar 'La Puerta del Tiempo'.
  - o Frikileaks vuelve a atacar 'La Puerta del Tiempo' (II).
  - o Frikileaks vuelve a atacar 'La Puerta del Tiempo' (III).
- Salvador presenta el grupo de WhatsApp.
- Archivo clasificado Hd/14-1924 –audio–.
- Martín Cerezo recuerda cómo fue Baler 40 años después –audio–.

**Contenido 1025: El tiempo es el que es –1 contenido–.**

**Contenido 1028: WhatsApp –1 contenido–.**