



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS
Y SOCIALES

ESTUDIO DE LA NARRATIVA TRANSMEDIA Y
LA CULTURA PARTICIPATIVA DE LOS FANS
EN LA SERIE ANIMADA, DE ADULT SWIM,
RICK Y MORTY

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

P R E S E N T A :
EVA ESTEFANÍA TAPIA CELIS

Investigación realizada gracias al Programa de Apoyo a Proyectos de
Investigación e Innovación Tecnológica (PAPIIT) de la UNAM
« Industrias Creativas y Procesos de Transmediación.

Aportes para su estudio » IA302218.

DIRECTOR DE TESIS:
DR. JOSÉ ÁNGEL GARFIAS FRÍAS

Ciudad Universitaria, CDMX, 2019





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedicado especialmente a mi madre,
por ser esa luz que ilumina mi vida.

AGRADECIMIENTOS

A todos los que han colaborado en la realización de este trabajo, a quienes creen en lo imposible y sueñan a lo grande.

- A mi padre, Marco Tapia por apoyarme económicamente en el recorrido de mis estudios escolares y estar ahí.
- A Diana Tapia, mi hermana, por ser quien es, apoyarme y ser la primera persona con la que grabé videos. No sabía que eso terminaría estudiando.
- A mi perro, Kurt, por recibirme con una gran sonrisa en los días estresantes.
- A mis lectores y sinodales, Emmanuel Galicia, Carlos Rivera Mata y Adolfo Gracia, por sus consejos para mejorar este trabajo.
- Al Dr. David Cuenca, por ser quien me ayudó a delimitar mi objeto de investigación.
- A mis amigos, alumnos, profesores y familiares que siguen mis pasos.
A mis abuelitos por contagiarme su alegría y a mis tíos que escuchan

mis pato-aventuras y me han apoyado a lo largo de mi vida. A mis amigos: Sergio, Luis Ángel, Alfredou, Luis Héctor y Adrián, por estar ahí siempre, tanto en las buenas como en las malas.

- A mis amigos y colegas de la Finisterra: Gabriela, David Axel, Karla, Aline, Luis, Montserrat, Sebastián, Clara, Paty, Alejandro y Jetzai, por ser de las mejores personas que se puedan encontrar en esta Facultad y por compartir buenos momentos juntos.
- A mi profesora Jessica Conejo por leer mis avances y haberme apoyado en la realización de este trabajo aportando muchas ideas, que después, fueron plasmadas en la investigación. Gracias por ser una de las mejores profesoras que tuve en mi carrera.
- A mi profesor, asesor y amigo José Ángel Garfias, a quien estimo bastante y se ha convertido en un personaje importante en mi vida, al ser de las personas que motivan a seguir adelante, ser una persona triunfadora e investigar lo que le apasiona. Gracias por su apoyo, confianza y liderazgo. Espero llegar a ser tan grande como usted y claro, seguir diciendo con orgullo que colaboro en proyectos de investigación con “El Doc”.
- A Yisel, por ser esa inspiración y esa amiga que se ha convertido en una hermana para mí. Muchas gracias por tus consejos y sabiduría,

tanto en lo personal como en lo académico. Te agradezco el dejarme ser tu Padawan y espero que nuestra amistad dure por mucho tiempo, ya que tienes un lugar en mi corazoncito.

- Pero, sobre todo, gracias a mi mamá, Josefina Celis Espinosa, quién se esmeró para que yo estuviera aquí, en un examen profesional de licenciatura. Te agradezco por peinarme de pequeña y hacer todo lo posible por tener todo el material para mis clases desde maternal, por cuidarme y estar siempre pendiente de que yo tuviera un lugar limpio y comida caliente, e incluso levantarte temprano para dejarme en la escuela y ver que desayunara bien. Gracias por estar ahí tanto en los buenos como en los malos momentos y dejarme ser quien soy ahora. Muchas gracias por ser uno de los pilares más importantes en mi vida, por ser mi inspiración y mi modelo a seguir. Me llena de orgullo crecer a tu lado y no sé qué haría sin ti. Te amo mucho.
- Por último, gracias al Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica (PAPIIT), por la beca para realizar esta investigación en el marco del proyecto “Industrias Creativas y Procesos de transmediación. Aportes para su estudio” IA302218.

Peace Among Worlds

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO 1 NARRATOLOGÍA	
1. Introducción a la Narratología	14
1.1 Definición de Narratología	15
1.1.1 Esquema de elementos narrativos	16
1.3 Estructura Narrativa	18
1.3.1 Van Dijk	20
1.3.2 Vladimir Propp	21
1.3.3 El viaje del héroe de Joseph Campbell	24
1.4 De la narrativa literaria a una narrativa digital	28
1.4.1 Narrativa Audiovisual	30
1.4.2 Modelos de estructura narrativa en productos audiovisuales	32
1.4.2.1 Series	33
1.4.2.2 Videojuego	35
1.4.2.3 Cómic	35
1.5 Storytelling	36

CAPÍTULO 2 NARRATIVA TRANSMEDIA

2.1 Nuevas Narrativas Audiovisuales	38
2.2.2 Características del Transmedia	42
2.2.3 Productores Transmedia	43
2.3 Historias Transmediales	44
2.4 ¿Cómo se consumen las narrativas transmedia?	47
2.5 La transmedia y el prosumidor	47
2.5.1 Perfiles de Prosumidores	49
2.5.2 Contenido generado por el usuario	51

CAPÍTULO 3 LA CULTURA DE LA COLABORACIÓN

3.1 Consumo y Cultura	54
3.2 La Cultura Fan	55
3.2.1 Los Fans en la Era Digital	58
3.3 Fandom Tóxico	61

CAPÍTULO 4 ANÁLISIS DE LA SERIE: *RICK Y MORTY*

4.1 Introducción al análisis de la serie	65
4.1.1 Semblanza de los Creadores	66
4.1.2 Creación de <i>Rick y Morty</i>	66
4.2. Narrativa	
4.2.1 Análisis del primer capítulo	67
4.2.2 Narrativa en <i>Rick y Morty</i>	69
4.2.2.1 Roles de personajes	74
4.2.1. 2 Estructura dramática	75
4.2.2 Estructura general de la historia en <i>Rick y Morty</i>	77
4.2.2.2 Personajes	78
4.2.2.2.1 Rick Sánchez	78
4.2.2.2.2 Morty Smith	79
4.2.2.2.3 Beth Smith	80
4.2.2.2.4 Jerry Smith	81
4.2.2.2.5 Summer Smith	82
4.2.3 Temas	83
4.2.3.1 Filosóficos	84

4.2.3.2 Crítica social	84
4.2.3.3 Científicos	84
4.2.3.3.1 Explicación del espacio y temporalidad: Multiversos	84
4.3 Transmedia	
4.3.1 Historias dentro de la Historia	84
4.3.1.2 ¿Por qué <i>Rick y Morty</i> es una Narrativa Transmedia?	85
4.3.2 Herramientas transmediales	86
4.3.3 Explicación de los productos de <i>Rick y Morty</i> y su relación	88
4.4 Cultura participativa en <i>Rick y Morty</i>	
4.4.1 Interacción de los creadores con los consumidores	97
4.4.1.2 Eventos	97
4.4.1.3 El uso del rompimiento de la 4 pared	97
4.4.1.3.1 Rick y Beth como personajes que rompen la 4° pared	98
4.4.1.3.2. Personaje secundario: Mr. PoopyButthole	98
4.4.2 De fans a prosumidores	99
4.4.2.1 El surgimiento del fandom y target de la serie	99
4.4.2 .3 Teorías de Reddit y como los creadores afirmaron una de ellas	102

4.4.3 De Fans al “fandom tóxico”	107
4.4. 3.1 ¿Qué piensan los creadores de los Fans?	107
4.4. 3. 2 Actividades nocivas del fandom	108
4.4. 3.2. 1 Tercera temporada: Salsa Szechuan	108
4.4.3.2.2 Sexualización de personajes y acoso a escritoras	109
4.4. 3. 2. 3 Superioridad de Fans	112
CONCLUSIONES	114
FUENTES DE CONSULTA	119

INTRODUCCIÓN

Para Manovich, el método de análisis de los nuevos medios pasa por el estudio de la informatización de las culturas, propiciando una redefinición y a su vez, nuevas formas culturales dentro de los formatos que ya conocemos como los videojuegos o el cine. Es decir, la formación de nuevos medios que reinventará las formas de participación y colaboración.

En el lenguaje de los Nuevos Medios de Comunicación (Manovich, 2001) se presenta cinco principios básicos de dichas interfaces que ayudan a entender la convergencia tecnológica, estos son:

- Representación numérica que consta de la transformación de lo analógico a lo digital como soporte de su lenguaje.
- Modularidad donde los objetos presentan estructuras que hacen que los elementos se agrupen a mayores escalas manteniendo sus identidades al mismo tiempo.
- Automatización, suprimiendo la intencionalidad humana, a través de una programación autónoma.
- Transcodificación que crea un cambio de lenguaje a partir de una capa informática y cultural dando lugar a una mezcla de significados humanos e informáticos.
- Y la variabilidad, que consta de tener el mismo elemento en diferentes versiones, esencial para obtener contenidos en diferentes formatos.

Con el surgimiento de los nuevos medios se abre un proceso de innovación tanto tecnológica como cultural en las industrias del entretenimiento y el público de los contenidos. Por lo que da lugar a narraciones, relaciones entre productos que reconfiguran el paisaje audiovisual y que se transmiten a través de formatos que llegan a recopilarse con nuevas narrativas ligadas a la parte digital.

Marshall McLuhan al estudiar los medios, plantea “La teoría ecológica” de los medios cuando estos interactúan entre sí. Siguiendo esta teoría, Neil Postman llega a la conclusión de que el uso de la ecología es ayudado por el interés de la cultura moldeada tanto por los nuevos medios y su público. Esta teoría causó nuevas maneras de observar las narrativas, hasta llegar a narrativas digitales como la del transmedia¹.

Las narrativas transmedia abren una innovación cultural, con ayuda de los nuevos medios, y crea nuevas experiencias, dando uso a un fenómeno que abre las posibilidades de interactuar con el consumidor.

Por su parte, el lenguaje de la animación se ha acoplado a medios audiovisuales a través de estrategias que permiten una interacción con su público tales como series, cómics, videojuegos, espacios de discusión, películas. Esta interacción brinda a sus fans la posibilidad de convertirse en prosumidores mediante

¹ En el libro *Narrativas transmedia* de Carlos Scolari, el autor afirma que la primera narrativa transmedia fue *El Antiguo Testamento* al ser contada a través de vitrales, libros, cánticos, esculturas, etc. Cuando la era digital comenzó, gracias a la radio y el cine, se destaca la narrativa *Gusmoke*, radioteatro que se transmitió en la década de los 50's hasta convertirse en una serie de televisión.

Los principios de las narrativas transmedia dentro del mundo de la animación pueden identificarse entre los años 80's y 90's con la creación de series como: *Los Simpsons*, *Los Rugrats*, y *Bob Esponja*.

la creación de propias narrativas y también productos que logran una cultura participativa, es decir una sinergia entre los creadores y la comunidad de fans.

Hay muchos casos relacionados a esta interacción, tal es el caso de como la serie de animación adulta: *Rick y Morty* (Harmon, Roiland, 2013), objeto de investigación de este trabajo, que data de una pareja conformada por un abuelo y nieto, respectivamente. Rick al ser reconocido como el científico más inteligente del universo, tendrá viajes interdimensionales acompañado de su nieto, y a veces, involucrando a toda la familia. La serie ha obtenido una gran aceptación por el público a tal punto de tener comunidades de fans por todo el mundo y un sinnúmero de productos que crean un gran universo a investigar.

La interacción entre productores y consumidores tiene sus ventajas y desventajas ya que, aunque se logra obtener prosumidores y con ellos una cultura de colaboración entre creadores y fans, al ser una serie de animación adulta nos presenta personajes con problemas psicológicos y con un comportamiento políticamente incorrecto. Muchos fans apropian estas características, llegando a reconocerse como un fandom tóxico, por lo que afecta la imagen de la serie, por lo que, para este trabajo, me planteé la siguiente pregunta: ¿Qué papel juegan los fans para la construcción de la narrativa transmedia *Rick y Morty*?

Este estudio pretende analizar al consumidor del transmedia, como *fan*. Estas comunidades de fanáticos son fundamentales para el funcionamiento de la cultura en la industria mediática, donde dichos sujetos pueden apropiarse del contenido de determinados audiovisuales, creando un vínculo con la narrativa, los creadores y otros seguidores de la serie quienes participan en diferentes comunidades para la reflexión de las temáticas que les resultan agradables (temas científicos, filosóficos

y teorías de la trama) e incluso la apropiación del comportamiento de personajes de la serie.

Como conclusión, mi principal objetivo de esta investigación se dirige en observar la estructura narrativa de la serie *Rick y Morty* a partir de los distintos productos que la serie ofrece, además de interpretar el comportamiento de los fans con base en lo que se denomina como interactividad entre productor y consumidor dentro del universo narrativo de la serie *Rick y Morty* para desarrollar un análisis del transmedia y de obtener información que logre una discusión con el término de transmedia con base en autores y, al mismo tiempo, el cómo los fans expanden el universo de producto.

De igual manera, los objetivos particulares los centro en definir que es una narrativa transmedia desglosando sus modos de producción y delimitando sus relaciones con otras narrativas; estructurar y vincular la narrativa transmedia con la historia y productos de la serie animada *Rick y Morty*; analizar la comunidad de fans y su interacción con los productores de la serie, y argumentar cuáles serían las variables para catalogarlo como un fandom tóxico.

La metodología principal de este trabajo, parte del estudio de la narrativa transmedia, a partir de una investigación bibliográfica. Esta revisión es carácter interpretativo de la serie de animación *Rick y Morty* y sus fanáticos.

Dentro de la estructura de la investigación se observará en el primer capítulo cómo la narratología representa una base para la realización de nuevas historias, a partir de la estructura de la misma y la creación de sus personajes.

Al abordar el tema del transmedia en el segundo capítulo, se destaca la formación de nuevas narrativas digitales y cómo llegó a conformarse el universo de

un producto a través de sus características, generando lo que se le conoce como un transmedia y el cómo sus consumidores llegan a ser partícipes de su formación al convertirse en prosumidores.

En el tercer capítulo, se busca dar otro punto de vista a la investigación a través de los prosumidores y la comunidad de fans y su colaboración para llevar a cabo un impacto en la sociedad, a tal punto de que se da el llamado “fandom tóxico” a partir de observar los comportamientos de los seguidores ante ciertos eventos.

En el cuarto y último capítulo se ofrece la descripción y análisis del objeto de estudio, la serie de animación de Adult Swim, *Rick y Morty*, en el que se identificará el marco teórico antes señalado y se estudiará tanto la narrativa transmedia como la actividad del prosumidor para para aunar en el comportamiento de los fans.

Así, permite llegar en el apartado de las conclusiones al uso de la narrativa transmedia, a la intervención del usuario en ella y como esto se puede observar en el caso analizado.

Por otra parte, es esencial clarificar que el estudio de estas narrativas y del prosumidor son importantes para el campo de la comunicación, ya que estos conceptos han creado relevancia, ya que, en la actualidad, los productos audiovisuales evolucionan para que el consumidor pueda interactuar y que la historia principal del producto pueda expandirse con ayuda de las nuevas plataformas socio-digitales.

CAPÍTULO 1. NARRATOLOGÍA

1.1 Introducción a la Narratología

Este capítulo se basa en profundizar en el tema de la narratología y como la narración se usa como herramienta para lograr infinidad de historias que interpretan lo que sucede a nuestro alrededor, las cuales llegan a plasmarse a través de diferentes medios desde un libro hasta lo digital.

Desde tiempos remotos, se llegó a manifestar la interpretación y comprensión del mundo con base en dibujos y señas hasta pasar a manifestarse con la lengua, la cual Saussure la define como un sistema de expresiones convencionales y que, con su ayuda se llega a constituir un uso individual del sistema (habla). Esta evoluciona en forma enunciados y a su vez, en discurso.

El discurso llega a definirse como “una práctica enunciativa en una situación de comunicación, de interacción; el que habla, el que organiza un discurso desempeña un papel o rol, este rol queda inserto en la gama de relaciones sociales que conforman la estructura social en su marco institucional, o sea que estas prácticas enunciativas están constituidas por los condicionamientos históricos, culturales, ideológicos, económicos y coyunturales” (Villegas, 277: 1984).

El discurso representa la expresión de una historia que puede expresarse a través de una narración al ser el conjunto de elementos lingüísticos y formales, por lo que el lenguaje narrativo comprende desde la descripción, el diálogo, el comentario del narrador, la organización y la presentación de la materia para la creación del ambiente e interacción verbal entre los personajes.

1.2 Definición de Narratología

La narración o la narrativa se entiende como un proceso donde llega a componerse un discurso imaginario que puede ser contado por un narrador. Se cuenta una historia que es definida como “una cadena de acontecimientos con relaciones causa-efecto que transcurre en el tiempo y espacio” (Bordwell, Thompson, 2007:65).

De igual manera, existe teoría llamada paradigma narrativo, propuesta por Walter Fisher que estipula que toda la comunicación significativa es esencial para la realización de una narrativa y su distribución, por lo tanto, los seres humanos experimentan y entienden la vida como una serie de narrativas siempre en curso. Fisher menciona que todas las formas de comunicación apelan a la razón como historias formadas por historia, cultura y carácter y todas las formas de comunicación se deberán fundamentalmente a historias.

La gente interpreta historia usando buenas razones a través de acontecimientos pasados, cultura y caracteres implicados iniciando con un modelo de situación (representación mental de la gente, objetos, posiciones, acontecimientos); la probabilidad y fidelidad de la historia.

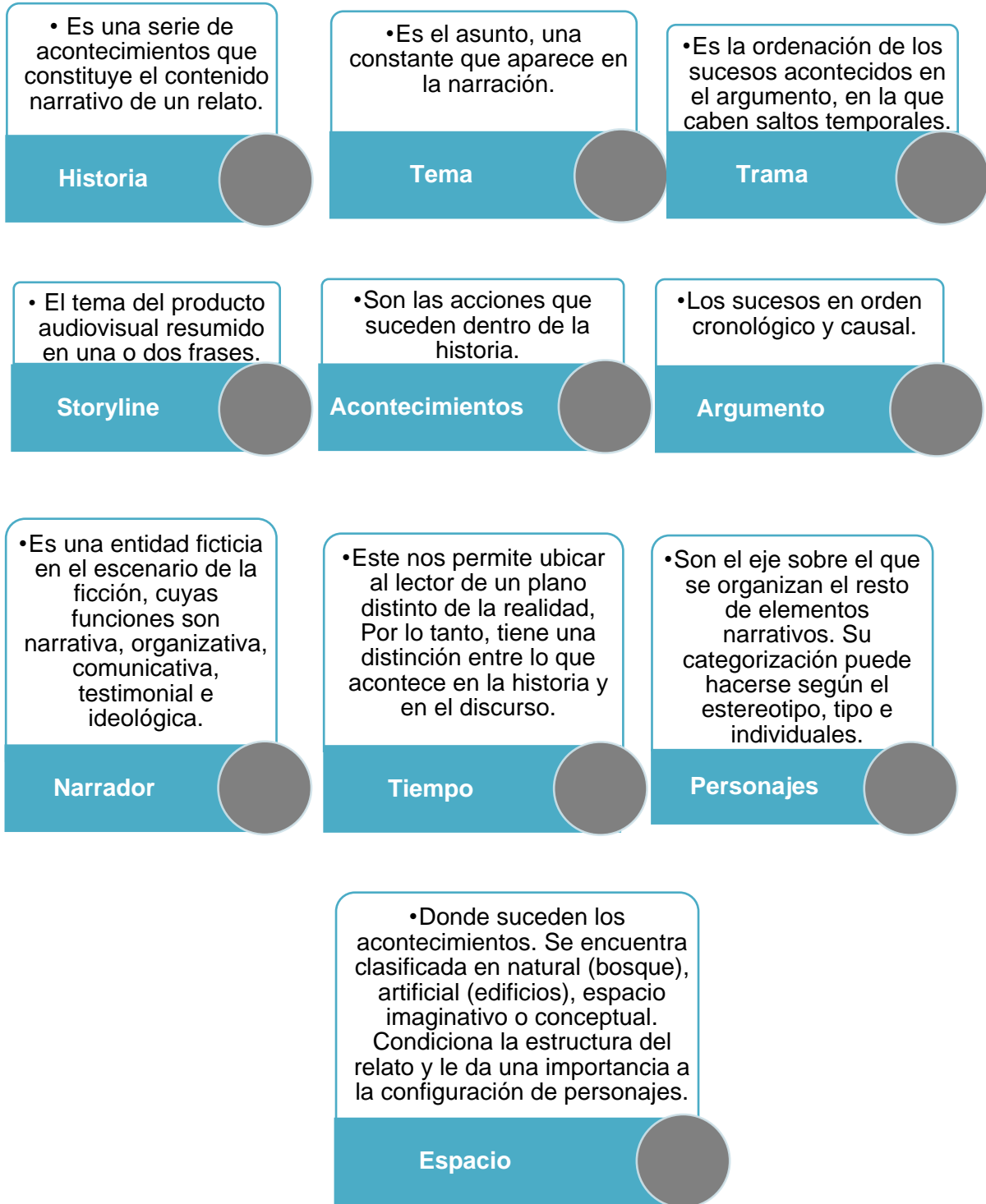
La narración es uno de los primeros conocimientos de la lengua que todos los humanos llegan a desarrollar y es universal a través de culturas y tiempo. Por su parte, Van Dijk recalca que una narración puede ser natural al contar lo que nos sucede a nuestros conocidos al ser oral y única, a través de este tipo de narraciones se llegan a apuntar otros tipos como los mitos y las leyendas, hasta la realización de un tercer nivel más complejo más conocido como literatura.

Según este último autor, una narración puede tratar de cualquier tema dependiendo a su función comunicativa y social, es decir, esta narración tendrá que ser llamativa para su receptor a través de una macroestructura (contenido), que llega a expresarse en diferentes formas textuales dependiendo al contexto, por lo que puede manifestarse en otras plataformas que la escrita, ya sea en televisión, cine, cómics, entre otros.

Por lo tanto, para su realización, la narración consta de elementos como los que se ven en el siguiente esquema:

1.2.1 Esquema de elementos narrativos

Según el autor José Ramírez Pino en su texto *El texto narrativo* (2014), con base en los investigadores Tomachevski, Genette y Torodov, realizar la definición de los elementos narrativos. Por lo tanto, se presenta un esquema de estos elementos:



Esquema1: Elementos narrativos realizado con la ayuda del texto El texto narrativo, publicado en 2014 por José Ramírez Pino.

1.3 Estructura Narrativa

La trama es un elemento importante para la narración, ya que, al articularla, permite obtener una organización para contar de manera ordenada la historia.

En el siglo IV a.C. Aristóteles escribió sobre un tema en particular: la Poética, en el cual expresaba que los relatos se componen de elementos que deben actuar como un cuerpo único para poder conectar con el público, por lo que divide a la narración en tres actos:

- Primer acto: Planteamiento

Es la primera parte cronológica de una historia en la que se permite aterrizar en el relato y decidir si se continua o no. Se suele presentar a los protagonistas, su contexto y lo que les inspira a lograr.

- Segundo acto: Nudo

En la segunda parte, se presentan los obstáculos o impedimentos para que el protagonista cumpla su propósito o sueño, tratándose de un viaje interior y/o exterior incómodo, es decir, un conflicto.

En este acto también aparecen tramas secundarias que llegan a enriquecer al relato o un punto de inflexión, cuando el protagonista está a punto de abandonarlo todo.

- Tercer acto: Final o desenlace

Es donde la narración llega a su fin y el protagonista puede llegar a materializar su objetivo, llevándose a cabo el clímax narrativo, la máxima

tensión dramática que debe responder a las expectativas generadas a lo largo de la historia.

La construcción aristotélica es un esquema lineal de la creación de una trama para una narrativa, pero existen alternativas para manejar las acciones, un ejemplo es la realizada por Inmaculada Gordillo en 2009:

1. Composición cronológica lineal: Discurso de manera organizada, según el transcurso de los hechos.
2. Composición cronológica no lineal: Sigue una cronología con rupturas de continuidad de aquí se desprende:
 - Media res: El relato inicia por un punto temporal, dependiendo al momento en el que se quiere dar comienzo a la historia que se va a contar.
 - Circular: Los hechos se ordenan de tal modo que el momento temporal es idéntico al origen.
 - Cíclica: La sucesión de acontecimientos se ordenan en paralelismos a ciclos temporales, por lo que el final del relato solo es semejante al origen de la narración.
3. Composición anacrológica: El discurso muestra rupturas en la sucesión lógica y cronológica de acontecimientos.

Otros estudiosos llegaron a definir la estructura de la narración conforme a los personajes y el tiempo de diversas narraciones, algunos de ellos son:

1.3.1 Van Dijk

La principal característica de una narración será la descripción de una acción y para poder explicarla necesitará una estructura para que pueda ser interesante y para que interlocutor lleve a cabo una buena conexión con el locutor del mensaje. Van Dijk recalca las categorías de una superestructura para la narrativa a través de:

- Complicación: donde se expresa un problema en una secuencia de acciones.
- Resolución: Cada acto de complicación tiene una dilución ya sea positiva o negativa.
- Suceso: Recae en la situación que tiene tanto una complicación como una resolución en un lugar en específico.
- Marco: Especifica las circunstancias como la hora y como se dieron los eventos remarcados en el suceso.
- Episodio: Es la conformación de los sucesos y el marco, ya que puede tener lugares diferentes y, por lo tanto, distintos sucesos.
- Trama: Se le conoce a la serie de episodios de toda la narración.
- Evaluación: el punto o reacción del narrador frente a la historia
- Anuncio y epílogo: acciones actuales y futuras del narrador que puede contener una conclusión o moraleja.

1.3.2 Vladimir Propp

Es importante reconocer los estudios del formalismo ruso de Propp², quien en 1928 postula su morfología del cuento que se le conocen como “las funciones de Propp”.

Al establecer el viaje del héroe de los cuentos populares rusos. Las funciones de los personajes representan las partes fundamentales del cuento al entender la acción del personaje desde el desarrollo de su intriga. Propp observa que las funciones deben de ser constantes, permanentes, limitadas y conllevan a una misma sucesión al hacer que todos los cuentos pertenezcan al mismo tipo respecto a su estructura.

Las 31 funciones según Vladimir Propp se presentarán en el siguiente esquema, los cuales muestran una estructura de cómo puede actuar el personaje principal en la narrativa, realizando la historia principal.

² Vladímir Yákovlevich Propp (29 de abril de 1895- 22 de agosto de 1970). Fue un erudito ruso dedicado al análisis de los componentes básicos de los cuentos populares rusos para identificar sus elementos narrativos. Conocido por ser uno de los fundadores de la moderna teoría del texto.

1. Alejamiento	• Algún miembro de la familia se aleja.
2. Prohibición	• El protagonista cae en un impedimento.
3. Transgresión	• El personaje principal viola la prohibición.
4. Interrogatorio	• El agresor intenta obtener su información
5. Información	• El agresor obtiene la información.
6. Engaño	• El agresor intenta engañar.
7. Complicidad	• La víctima se deja engañar y ayuda al agresor.
8. Fechoría	• El agresor daña a uno de los miembros de la familia. Puede ocurrir una carencia a alguno de ellos.
9. Mediación	• Hay un momento de transición que divulga la noticia de la carencia o fechoría.
10. Principio de acción contraria	• El héroe decide actuar.
11. Partida	• El héroe se va de su hogar.
12. Primera función del donante	• El héroe sufre una prueba para recibir un objeto mágico.
13. Recepción del objeto	• El personaje obtiene el objeto mágico
14. Recepción del objeto	• El personaje obtiene el objeto mágico.
15. Desplazamiento	• El héroe es conducido al lugar donde se halla el objeto de su búsqueda.
16. Combate	• El héroe y su enemigo se enfrentan.
17. Marca	• El personaje principal recibe una marca.
18. Victoria	• El agresor es vencido.
19. Reparación	• La carencia o hecho es reparado

20. La vuelta	•El héroe regresa.
21. Persecución	•El héroe es perseguido.
22. Socorro	•El héroe es auxiliado.
23. Llegada de incógnito	•El héroe llega de incógnito a su casa.
24. Pretensiones engañosas	•Un héroe falso reivindica algo que no le pertenece.
25. Tarea difícil	•El personaje se propone una tarea difícil.
26. Tarea cumplida	•La tarea se cumple.
27. Reconocimiento	• El falso héroe queda desenmascarado.
28. Descubrimiento	•El héroe es reconocido.
29. Transfiguración	•El héroe recibe una nueva experiencia.
30. Castigo	•El falso héroe es castigado.
31. Matrimonio	•El héroe se casa

Esquema 2: 31 funciones según Vladimir Propp de 1992 con base en la estructura narrativa de los cuentos de su libro Morfología del Cuento.

Propp también observa a los personajes según sus roles sobre los que descansan las historias de sus cuentos, estos son los siguientes:

1. El héroe o buscador. Suele ser el protagonista.
2. El rey o el personaje que tiene autoridad.
3. La princesa de quien está enamorado el héroe o la recompensa de este.
4. El falso héroe, quien se aprovecha de la situación para ganar beneficios.
5. El agresor o el antagonista de la historia.
6. El donante o colaborador que le ayuda al héroe.
7. El Objeto o habilidad mágica.

Las funciones suelen repetirse en grupos de tres para dar un incremento a la dificultad, siendo una expresión de sacrificio. Aunque este autor analiza las 31 funciones, nunca se llegan a presentar todas dentro de un mismo cuento, ya que suelen ir por pares, desencadenando una acción y cerrándola, por lo que pueden presentarse en el planteamiento, nudo o desenlace.

1.3.3 El viaje del héroe de Joseph Campbell

Las funciones de Propp fueron retomadas por Joseph Campbell³ a inicios de los 90's en sus trabajos sobre el mito.

En el libro *El Héroe de las Mil Caras*, este autor define al mito como “la entrada secreta por la cual las inagotables energías del cosmos se vierten en las manifestaciones culturales humanas” (Campbell, 1959:11).

Con esta definición, Campbell explica el monomito, un término de James Joyce en 1939, pero que retomó el autor para sus estudios, llegando a la conclusión de que el monomito es la aventura del héroe a través de la fórmula en los ritos como: separación, iniciación y retorno.

El héroe inicia su aventura desde su mundo hacia una región sobrenatural, se enfrenta a ellas y gana la victoria, por lo que el héroe regresa. El arquetipo de

³ Joseph Campbell (1904-1987) fue uno de los mitógrafos estadounidenses más conocidos del siglo XX. Su trabajo se sitúa en un ámbito universitario y académico. Fue escritor y profesor. Examinó cientos de mitos y leyendas, desde Grecia a los incas, pasando por las sagas islandesas o las epopeyas de la India. Buscó los puntos comunes entre todas las historias a partir de la antropología y de la psicología (psicoanálisis). Encontró así un patrón que se repetía en muchas historias de cualquier continente y cualquier época.

este personaje está dispuesto a sacrificarse por el bien de los demás, por lo que debe tener características y cualidades para identificarse con el público y así como el héroe, hay un modelo clásico de construcción de personajes, por lo tanto, su aventura será compuesta de las historias que conforman el destino del hombre, este monomito se explicará a continuación con el siguiente esquema:

Primera etapa: Separación o partida	
1. Llamada a la aventura.	El héroe abandona el mundo que conoce para llegar a un mundo desconocido.
2. La negativa al llamado,	Es el rechazo de la llamada al ser la expresión de su miedo por abandonar su mundo.
3. La ayuda sobrenatural.	Al aceptar la aventura, se presenta el guía y maestro del héroe durante su travesía.
4. El cruce del primer umbral.	El héroe atraviesa el umbral, la línea simbólica que separa lo conocido de lo que no es, donde el héroe tiene que vencer al guardián que se encuentra en esta línea, creando una nueva zona de experiencia.

<p>5. El vientre de la ballena.</p>	<p>Puede sustituir al umbral, ya que “el héroe en vez de conquistar o conciliar la fuerza del umbral, es tragado por lo desconocido y parecería que hubiera muerto” (Campbell, 1959:88).</p> <p>Será una separación con el ego del héroe, sometiéndose a una metamorfosis.</p>
<p>Segunda etapa: Pruebas y victorias de la iniciación</p>	
<p>1. El camino de las pruebas.</p>	<p>Se presentarán una serie de pruebas dando como resultado una comprensión del mundo como un todo.</p>
<p>2. El encuentro con la diosa.</p>	<p>La diosa es el modelo de belleza o la réplica del deseo y suele ser la prueba final del héroe para obtener el amor.</p>
<p>3. La mujer como tentación.</p>	<p>El héroe deberá resistir a sus tentaciones poniendo a prueba su transformación espiritual al amenazar el camino.</p>
<p>4. La reconciliación con el padre.</p>	<p>Simboliza la transformación espiritual, dejando atrás sus traumas y reconciliación con su pasado.</p>
<p>5. Apoteosis.</p>	<p>El héroe alcanza el clímax de su transformación y atraviesa los terrores de su ignorancia para liberarse de todo temor.</p>
<p>6. La gracia última.</p>	<p>Es la obtención del don que el héroe ha perseguido en su aventura.</p>

Tercera etapa: El regreso y la reintegración de la sociedad	
1. La negativa al regreso.	El aventurero debe regresar con su trofeo de la vida y a veces, el héroe rechaza su responsabilidad ya que su nuevo conocimiento lo retiene, pero para darle sentido a su ser, deberá volver a su plano terrenal.
2. La huida mágica.	El héroe vuelve a su mundo para restaurarlo con la fuerza sobrenatural.
3. El rescate del mundo exterior.	El aventurero en su apogeo de transformación queda fascinado por el ser perfecto.
4. El cruce del umbral del regreso.	El personaje volverá a entrar con su don a su atmósfera y compartir su conocimiento adquirido.
5. La posesión de los dos mundos,	Es el encuentro con el equilibrio entre los dos mundos conocidos.
6. Libertad para vivir.	El periplo se cierra por lo que se llega a la comprensión de él y su vida.

Tabla 1: El viaje del héroe de Joseph Campbell de 1992 para explicar su monomito en el libro El Héroe de las Mil Caras.

1.4 De la narrativa literaria a una narrativa digital

El desarrollo de tecnología ha impactado en varios espacios que nos rodean, ya sea en el ámbito artístico o de entretenimiento.

Gracias a los avances, pueden generarse diferentes tipos de discurso, como el narrativo que “vinculará la creación tecnológica digital a las posibilidades narrativas y situar cuáles pueden sus orígenes” (Herrera, 2009).

Las nociones aristotélicas de planteamiento, nudo y desenlace de una obra, la ha convertido en una manera lineal de cohesionar o realizar un método convencional de contar las historias, por lo que estos conceptos han demostrado ser insuficientes para contar un sinfín de ideas.

La historia de la creación humana tiene una cierta conexión con la tensión entre el texto y la imagen, ya que la palabra textual ha sustituido a la imagen en distintas ocasiones y viceversa. Desde la creación de pinturas rupestres en la Edad de Piedra, como el paso de los discursos verbales a los escritos con la invención de la escritura y el papel.

Con el paso del tiempo, la escritura llega a cada vez más personas con la Revolución Industrial y la creación de la imprenta entre 1435 y 1440 de Johannes Gutenberg, promoviendo así la lectura y recreando novelas al teatro, como es el caso de las tragicomedias de Shakespeare.

La aparición de la invención del cinematógrafo en el siglo XIX por los Hermanos Lumière cambia esta manera de contar las historias al público, llegando a plasmar a través de imágenes en movimiento las historias que en algún momento

llegaron a contarse de boca en boca e incluso escritas en un libro. Esto lo podemos ver desde su comienzo con *Le Voyage dans la Lune* (1902) del director Georges Méliès, que se basa en los libros de Julio Verne y H.G. Wells.

La representación audiovisual generó muchas expectativas para mostrar todo aquello que se imaginaba como la llegada a la Luna e incluso lo paranormal con ayuda de los efectos especiales y la música, obteniendo la capacidad de mostrar lo registrado en el transcurso del tiempo. De igual manera, los planos y transiciones ayudaban a la narrativa audiovisual a contar una historia en un tiempo corto, que incorpora la tensión entre la mimesis y la diégesis, creando una experiencia que muchos llegaron a considerar como mágica o una caja que ayudaba a contar los sueños.

En los 60's, la especificidad cinematográfica se ve retada por la proliferación de la televisión en el ámbito doméstico, por lo que empieza a quedar al alcance de todos los bolsillos y esto conlleva a la realización de distintos programas de diferentes géneros que llegan a retratar ideologías y posturas de diferentes temas internacionales. Esta época fue destacada por la contestación de estos convencionalismos y nuevas investigaciones del paso que daba la humanidad al estar poco a poco digitalizado.

“En 1963, Theodor N. Nelson formula la noción de “hipertexto”, entendido como “escritura no secuencial, texto que se bifurca y ofrece opciones al lector, y que se lee mejor en una pantalla interactiva”; 1969, el periodista Gene Youngblood publica “Expanded cinema”, una obra que recoge y categoriza las principales manifestaciones expresivas que se alejan del modelo de cine narrativo y comercial

para explorar estados de ánimo y estructuras discursivas alternativas” (Herrera, 2009).

Aparici hace referencia a la narrativa digital y la convergencia de medios al especificar que el cine tardó aproximadamente 50 años en desarrollar lenguaje fílmico y la televisión 40 años. Las redes se integran y complementan los lenguajes audio-escrito- visuales.

Con la creación del computador, videojuego, de los celulares inteligentes y de las nuevas tecnologías como la realidad virtual, han permitido nuevas expresiones de la narrativa, para llegar a nuevas experiencias de contar historias permitiendo al espectador un mayor acercamiento a ellas, es por eso que la narrativa digital se caracteriza por la interactividad y el uso de distintos elementos como imágenes, audios, animaciones. Los nuevos medios y lenguajes conllevan a nuevas formas de narrar. El espectador pasará de una tecnología analógica a otra digital y llega a adquirir un protagonismo en la producción por lo que se modifican las relaciones interpersonales y las posibilidades de comunicación.

1.4.1 Narrativa audiovisual

El discurso llega a ser importante para manifestar lo que pensamos y puede realizarse en distintas plataformas como el discurso audiovisual a través de sistemas sígnicos auditivos visuales y/o audiovisuales, organizados sucesiva y simultáneamente mediante equipos operativos, para establecer una comunicación

entre un emisor y un receptor. Por ende, el discurso audiovisual va aunado a la narratología.

Para hablar de la vinculación de la narración con el género audiovisual, es necesario remontarnos a Platón, el cual habla de la Poiesis, es decir una narración a partir de su representación (diégesis) y la imitación (mimesis) en su combinación de lenguajes. La narración audiovisual se articulará del mimesis o, en otras palabras, de demostrar a través de una base lingüística para poder representar diversos puntos de vista en la combinación de diversas pantallas.

El lenguaje audiovisual es un sistema complejo al representar procesos de significación al interior de las sociedades y llega a determinar la existencia de un lenguaje aplicable a productos como series, películas, videojuegos, etc.

Metz propone una estructura a partir de unidades sintagnáticas que dan paso a dos perspectivas: los códigos antropológicos que son los contextos culturales y los códigos técnicos para conformar el montaje y las funciones narrativas. Al usar los códigos para la creación de un producto audiovisual y llegar al entretenimiento del público, es necesario una idea, una narración que enfatiza el soporte del proyecto, la historia.

La historia puede llegar a contarse de una manera lineal y cronológica o lo contrario a ello ya que, con ayuda de la elipsis y las transiciones, ayudan al discurso a poder cambiar de temporalidad y hacer que los elementos más importantes determinen el peso del tiempo en la historia.

La construcción de los personajes es ser importante para crear una individualización y que logra enfatizar y dar el realismo necesario los acontecimientos de lo que se presenta. Es decir, el relato presentará las acciones entre personajes, acontecimientos, lugares y tiempo para llevar a cabo una correcta estructura de la historia y para llevarla a cabo, es necesario tener una base que puede ser representada de manera literaria o técnica, conocida como el guion.

El guion suele ser estructurado a partir de los planos que se usarán, así como los movimientos de cámara o encuadres, descripción de los personajes, vestimenta, expresiones y diálogos ordenados a partir de las escenas, lugar y tiempo.

La narrativa hace que el lector logre estar en distintos lugares con ayuda de la imaginación, ya sean reales o ficticios e incluso la lectura del pensamiento del personaje, a través del guion y de su resultado, el producto audiovisual, el espectador puede observar el lugar, efectos especiales y la recreación de los objetos o personajes que en nuestra realidad no existen, observando lo que quizá se imaginaba.

1.4.2 Modelos de estructura narrativa en productos audiovisuales

Bordwell y Thompson (2007) definen a la narrativa como una cadena de acontecimientos que tienen una relación causa y efecto. Bordwell, se enfoca en como la narratología llega a constituir al producto audiovisual por estar estructurado a través de signos lingüísticos con dos entidades:

- Historia, como todos los eventos que transcurren, tanto los que son presentados como los que infiere el espectador.
- Argumento, que se refiere a lo presentado visual y auditivamente al público, junto con los acontecimientos que llegan a ser explícitos. Este comúnmente consigue efectos concretos como el de disponer de pistas en favor a la curiosidad de espectador.

La causalidad, el tiempo y el espacio, influyen bastante para la creación de una historia, ya que el mismo personaje se ve involucrado en una toma de decisiones que conllevan a efectos, mismos que hacen que la historia fluya.

La narración manipula nuestra profundidad y grado de conocimiento que favorece un continuum entre la objetividad y subjetividad. Un argumento puede confinarnos a la información, desde varios puntos como:

- Objetivo: el argumento se centra en la información sobre lo que hacen los personajes y
- Subjetiva: a través de un plano óptico del personaje.
- Subjetividad mental: cuando se logra ver los recuerdos del personaje.

Estos puntos de vista se logran observar no solo en películas sino también en distintas plataformas en películas, series, videojuegos, etc.

1.4.2.1 Series

Otros modelos radican en la estructura de la historia, ya que el guion audiovisual, trata de sistematizarse en un planteamiento, confrontación y resolución. Estos tres

actos pueden reconocerse en un episodio, temporada o la totalidad del producto audiovisual.

En el caso de las series suelen tener innovaciones narrativas donde puede haber distorsiones de la estructura clásica para llevar un itinerario diferente al espectador o subvertir la estructura en cada episodio. Hay modelos para llevar a cabo la historia de un capítulo como:

- Modelo 1: Reconoce a un personaje construido y que hace que el público se entretenga con la forma en cómo se enfrenta a un problema diferente en cada capítulo, por lo que no hay una historia en particular y la temporalidad es independiente con una construcción lineal.
- Modelo 2. El problema se resuelve cada capítulo, pero tiene una línea dramática que continúa de un capítulo a otro, por lo que hay una lenta progresión de los personajes.
- Modelo 3. Se encuentran las series que tienen un asunto en cada capítulo y la mayoría de las veces, sus capítulos tienen una resolución, pero que tienen diferentes líneas dramáticas. Los personajes tienen un pasado y un futuro, por lo que experimentan una gran progresión.
- Modelo 4. Contiene las características del tercer modelo, pero las múltiples líneas dramáticas que subrayan varias dimensiones por lo que su importancia puede variar, ya que cada uno de los personajes tienen una historia y progresión. Se reconocen varias metas con historias complejas.

1.4.2.2 Videojuego

El estudio de la narratología del videojuego parte del antecedente de la literatura y el cine, ya que es una forma de contar una historia de manera interactiva. El espectador deberá jugar con su propia toma de decisiones para observar lo que sucede en la historia, siendo partícipe gracias a su elemento lúdico creado a partir de los personajes, acciones y eventos que van a la par de la interfaz y el diseño que establecen la situación narrativa.

El jugador llega a definirse como ese inmersor, definido como un “individuo responsable de intervenir dentro de la trama del videojuego y modificarla por medio de la interacción (García, 2018).

En los juegos de video, según el Dr. José Ángel Garfias en Análisis Narratológico de Castlevania, la pantalla funge como el narrador del relato al reconocer la historia y hace que el usuario esté inmerso como alguno de los protagonistas de la historia, adentrándose a esta mientras juega, obteniendo así una relación entre Narrador = Personaje.

1.4.2.3 Cómic

Eisner afirma que al realizar un cómic es necesario construir una cadena narrativa que engloba tanto a la imagen como al texto. El diálogo sostiene al dibujo con un balance que está al servicio de la historia.

En el cómic es necesario un constante equilibrio en sus elementos principales para permitir la atención al lector y esto lo logra a través de recursos semánticos como las onomatopeyas y las metáforas visuales.

La estructura narrativa se basa en el montaje y yuxtaposición de viñetas, las cuales llegan a realizarse con un lenguaje elíptico, donde para realizar las viñetas, se selecciona lo significativo, ya que estas son las unidades mínimas de la narración.

Esta estructura parte de una unidad narrativa, la secuencia, como unidad dramática, constituida por varias unidades de lugar y tiempo, más conocidas como las escenas. La acción de la narración constituye el desarrollo del argumento y en la narrativa gráfica solo seleccionan momentos importantes.

El desarrollo de la acción se representa de forma lineal, con cronología, de forma paralela, al alternar acciones en distintos lugares y de forma cortada que recuerda el pasado o anticipar el futuro.

1.5 Storytelling

Desde el principio de los tiempos, se han contado historias, cuentos, leyendas de diversas temáticas. La narración se viene utilizando como una forma de transmitir mensajes o valores y conseguir que las personas se entretengan o formulen una opinión.

El storytelling es una herramienta que se define como el arte de contar historias, donde se establece una conexión entre la audiencia y el narrador, lo que permite que el mensaje perdure por mucho más tiempo en el espectador. La eficacia

del storytelling se encuentra en el cambio del receptor, en el que se necesita interactuar y participar de la información que se llega a recibir, por lo que permite interactuar con el emisor y que fluya mutuamente.

El relato es necesario que tenga una estructura narrativa, obteniendo una historia con un conflicto, personajes bien contruidos, emociones y sensaciones que hará que pueda enfocarse a varios públicos a la vez, permitiendo darle más interés a la narración, ya que esta acción es usada para crear nuevos contenidos en diferentes plataformas y así, vender un producto o marca correctamente, llegando a crear una nueva experiencia para el espectador y una nueva forma de narrar historias.

Para finalizar este capítulo, cabe recalcar que la narrativa tiene una estructura para poder realizar la ejecución de personajes y de historia. Por lo que ha ido cambiando de manera constante a través de las nuevas tecnologías hasta ser usado en cine y televisión. Hoy en día, con el mundo digitalizado, es normal seguir al relato en diferentes pantallas, explorando una macrohistoria dentro de diversas plataformas digitales, tal es el caso de la narrativa transmedia, misma que se verá en el capítulo siguiente.

CAPÍTULO 2: NARRATIVA TRANSMEDIA

2.1 Nuevas Narrativas Audiovisuales

En la actualidad, factores de carácter tecnológico, económico y sociocultural, proporcionan el inicio de la convergencia mediática, el cual intensifica la construcción del relato audiovisual y crea híbridos a través de las diferentes plataformas y medios que existen.

En el proceso de convergencia mediática, cobran importancia realidades que conllevan a nuevos términos, como la multimedia, que recae en la hibridación de diferentes medios y plataformas que cuentan el mismo relato.

“La progresiva implantación de soportes digitales ha propiciado la eclosión de un nuevo modelo narrativo caracterizado por una mayor participación del receptor en la construcción de la historia” (Costa & Piñero, 2012).

La posibilidad de la participación afecta a los tres elementos de la narrativa: contenido, forma y acto. La narrativa interactiva cuenta con contenidos abiertos para la navegación del usuario y que llegan a crear un relato multilínea o multisequencial que permite la reordenación de la historia.

En esta era de la convergencia existe una eclosión de nuevas narrativas audiovisuales donde el productor llega a beneficiarse económicamente, al formar una franquicia, y puede enriquecer la historia y experiencia al público.

Las nuevas narrativas son encaminadas a brindar una experiencia basada en historias que se manifiestan a través de lenguajes, medios y plataformas. A través de los términos como “cross-media, plataformas múltiples, medios híbridos,

mercancía intertextual, mundos transmediales, interacciones transmediales, multimodalidad o intermedios” (Scolari, 2013:25). Los cuáles serán presentados en el siguiente esquema:

Crossmedia	<ul style="list-style-type: none">•Es una producción/narración integrada.•Los contenidos llegan a distribuirse en dispositivos móviles, televisión, etc.•los receptores deberán consumir para poder experimentar el relato completo
Multiplataforma	<ul style="list-style-type: none">•Se focaliza en la tecnología digital, que incorpora diferentes medios, plataformas o sistemas de software.•Consiste en la narración en la misma historia en los diferentes medios, adaptándose al lenguaje de cada uno de ellos.
Mercancía intertextual	<ul style="list-style-type: none">•Productos que combinan diferentes fuentes digitales con estrategias de marketing para captar nuevas audiencias.
Mundos transmediales	<ul style="list-style-type: none">•Son sistemas abstractos de contenido, que a partir de ellos, pueden actualizarse sus historias de ficción y personajes.•Puede comenzar en cualquier medio.
Transmedia Storytelling	<ul style="list-style-type: none">•Forma de relato que se expande a través de distintos medios y plataformas de comunicación.•Los consumidores se convierten en prosumidores al tener una mayor cercanía con los productores.

Esquema 3: Narrativas digitales generado a través los textos Narrativa Transmedia de Scolari (2013) y Narrativa audiovisual de Canet y Prosper (2010).

2.2 Definición e historia de narrativa transmedia

El término transmedia inicia gracias al músico Stuart Sanders Smith en 1975 al determinar como *transmedia music* a su composición musical al ser adecuada por distintas composiciones.

En 1991, Marsha Kinder retoma el término de Sanders y lo incide como *transmedia intertextuality* al relacionar las plataformas de cine, televisión y videojuegos. Así en 1999, el público en general conociera el término transmedia gracias al proyecto *The Blair Witch Project* (Myrick & Sánchez, 1999).

Henry Jenkins en 2003 investiga el termino transmedia y define las Narrativas Transmedia (Transmedia Storytelling) en su escrito *Technology Review* (2003) para referirse a la estructura narrativa que llega a expandirse con diferentes lenguajes y medios, donde el consumidor puede participar junto con el productor, ha despertado el interés tanto del público como de académicos, dando paso a nuevas formas de expresarse y a nuevos términos dirigidos hacia una experiencia transmedia al hacer énfasis a la cultura de la convergencia (2006).

Jenkins (2007) realiza las especificaciones más importantes de las narrativas transmedia, que son:

1. Las narrativas transmedia son la representación de elementos que llegan a interferirse sistemáticamente a través de canales, creando una experiencia de entretenimiento unido y coordinado.

2. Reflejan una sinergia de medios de comunicación al integrarse con un conglomerado de medios que llegan a expandir sus franquicias con todas las plataformas mediáticas posibles.
3. Se basan en mundos ficticios que sostienen múltiples personajes interrelacionados para incitar a dominar el mundo que siempre está expandiéndose.
4. Las expansiones proporcionan un mayor conocimiento de los personajes y darles forma a aspectos del mundo ficticio con el fin de obtener una sensación de realismo.
5. Expanden el mercado con diferentes puntos de entrada para distintitos espectadores.
6. Cada elemento debe ser accesible y deberá realizar una contribución al universo narrativo.
7. Las franquicias mediáticas llegan a gobernarse a través de licencias, es decir, que la historia se origina en un medio y los medios subsecuentes son subordinados al principal.
8. Existe una inteligencia colectiva. Los participantes ganan información y aprovechan su conocimiento.
9. Proporciona una serie de roles y metas que los consumidores pueden recrear en su vida cotidiana o a crear nuevas historias.
10. La ambición enciclopédica de los textos transmediáticos llegan a introducir tramas o detalles adicionales que apuntan a más de lo que se puede revelar, por lo que son usados por los consumidores para crear otras narrativas.

Otros investigadores de la rama de las narrativas transmedia como Carlos Scolari han expandido su definición concordando que, a través de las narraciones se explica una historia que pertenece a un universo narrativo mayor y que representa el consumo de las industrias mediáticas, productos y fans al expandirse por medio de nuevas situaciones y personajes. Scolari ofrece una propuesta de estas narrativas que brindan la información para constituir y crear entradas a la historia principal: “animación, avances, apps, audio, camisetas, cartas, CD, cine, cómic, correo, discos, infografías, juegos, libros, mangas, merchandising, teléfonos, muñecos, parques temáticos, radio, realidad virtual, redes sociales, revistas, sellos, postales, teatro, televisión, videojuegos tradicionales y en línea, web cómic, webisodios, web tv” (Scolari, 2013, p. 14).

2.2.2 Características del transmedia

Scolari (2003) retoma al autor Jenkins para mencionar las siguientes características transmedia:

- **Expansión:** La narrativa se expande a través de prácticas virales y aumentando su capital simbólico y económico.
- **Profundidad:** Penetración dentro de las audiencias.
- **Continuidad:** A través de los diferentes lenguajes, medios y plataformas.
- **Multiplicidad:** Creación de experiencias narrativas fuera de la historia principal.
- **Inmersión:** extraer elementos del relato y llevarlos al mundo cotidiano.

- **Construcción de mundos:** Al proponer un mundo narrativo con verosimilitud de la vida cotidiana.
- **Serialidad:** Dispersión de la trama por muchos medios, donde “la linealidad de lo serial estalla y se convierte en red hipertextual” (Scolari, 2003: 41).
- **Subjetividad:** Subjetividades múltiples que cruzan diferentes perspectivas, formados por la recombinação de textos fragmentados.
- **Realización o performance:** Los fans son fundamentales al promover la narrativa, creando así a los prosumidores, a través de la realización de nuevos textos y expandir sus fronteras del mundo narrativo.
- **Transmedialidad:** Al principio del desarrollo de la serie, se debe de tomar en cuenta si será una narrativa transmedia o no.
- **Verticalidad:** Convergencia cultural, empresarial para preservar la unidad de la narrativa.
- **Participación de audiencias:** Construcción de consumidores fieles al relato para que tengan una colaboración en proceso expansivo.
- **Convergencia:** Confluencia entre la producción de la industria cultural y los contenidos generados por los usuarios.

2.2.3 Productores transmedia

Algunos actores que se adaptan a la producción, distribución y consumo transmedia son:

- **Empresas predigitales:** Son empresas que dominan el broadcasting y que tienen que adaptarse a un transmedia.
- **Empresas posdigitales:** productoras nacidas después del nacimiento del internet o World Wide Web en 1990. Son jóvenes nativos digitales con un entorno transmedia y con un amplio espectro de medios.
- **Empresas especializadas en Narrativas Transmedia:** ofrecen servicios transmedia y crossmedia a sus clientes y gestiona la expansión de mundos narrativos.
- **Profesionales:** Experimentando nuevos soportes multimedia. Llega a ser el productor transmedia que “implementa las medidas para lograr que la audiencia se sume y participe en la narrativa” (Scolari, 2003:69).
- **Usuarios:** Capacitados por lidiar con nuevas textualidades y crea una interacción con el productor para la realización de nuevas narrativas.

2.3 Historias Transmediales

Los mundos transmediales están conformados por infraestructuras. Wolf plantea que la creación de los mundos va más allá del relato que llega a crecer y adaptarse.

Ryan (2014) tiene otra propuesta de mundos transmediales en el que plantea un eje de convergencia con base en el lenguaje y los audiovisuales a través de la estructura narrativa, en la que se expande y consolida una entrada para su prosumidor, es decir, el consumidor que también llega a crear más contenido.

Para crear un transmedia, se usan herramientas para poder consolidar de la manera más adecuada el mundo narrativo que crea el transmedia.

La primera herramienta denominada macrohistoria, se refiere a la historia principal, siendo la base del transmedia, con esta macrohistoria, llega a extender su contenido a diferentes plataformas y a través de este relato global, crea ramificaciones para ampliar la información, por lo que llega a complementarse con las historias paralelas, que se desarrolla al mismo tiempo que la macrohistoria; las historias previas y póstumas, que se desarrollan antes y después de la historia principal; las historias intersticiales, que se desarrollan entre los nodos de una secuencia: y las historias periféricas que permanecen con una ligera relación en la historia.

Con el universo transmedia, existe el contenido que llega a pertenecer al relato, pero que no se perciben como tal. Entre ellas se encuentra el contenido adaptado que lleva a aportar un valor añadido; las adaptaciones póstumas que son posteriores al original, las promociones y los avances del contenido principal.

Dentro de estas herramientas también se encuentra la interacción social, donde los fans pueden participar en los foros o medios sociales oficiales de la transmedia, por lo tanto, estos pueden llegar a una interactividad con los creadores sin alterar la trama y pueden ser contribuciones reconocidas.

También, existe el contenido generado por el usuario a través de plataformas de conocimiento como las wikis, las plataformas de opinión y expresión como los grupos en medios sociales, trabajos creativos y juegos interactivos.

La narrativa transmedia también interviene a través del merchandising del producto y de otras actividades diversas como los eventos a fans y tiendas rodantes.

Herramientas	Contenido
Macrohistoria	Historia principal del transmedia.
Historias Paralelas	Se desarrollan al mismo tiempo de la historia principal.
Historias periféricas	Poseen una ligera relación con la historia principal.
Adaptaciones póstumas	Adaptado al original.
Promociones	Contenido desligado temporalmente. Lo promocionan por diferentes canales.
Avances	Fragmentos de contenido principal.
Interacción social	Participación de fans.
Contribuciones reconocidas	Planificaciones que no alteran a la trama.
Interacciones influyentes	Contribuciones de usuarios que pueden determinar cambios.
Plataformas de conocimiento	En el que el usuario puede compartir información.
Plataformas de opinión y expresión	En el que el usuario puede expresarse.
Trabajos Creativos	Contenido diverso elaborado por el usuario relacionado con la historia.
Juegos interactivos	Contenido creado por el usuario dentro de los juegos.
Merchandising	Productos relacionados con la historia.
Actividades diversas	Actividades temáticas en relación a la historia original.

Tabla 2: Propuesta de herramientas transmediales a través de los textos de Ryan (2014) y

Altarama, R., Tomás, N. (2018).

2.4 ¿Cómo se consumen las narrativas transmedia?

Las audiencias se han vuelto líquidas al ser grandes consumidores de contenidos audiovisuales a través de una amplia variedad de dispositivos y pantallas, por lo que llegan a ser más superficiales y con una tendencia al consumismo.

Anteriormente, “en la era del broadcasting, la gran mayoría de los televidentes o radioyentes tendían a consumir su programa favorito y a disfrutar pasivamente su contenido” (Scolari, 2013: 217). Ahora con las nuevas plataformas y los medios sociales, la difusión llega más rápido a la audiencia y, por ende, éste parte de una recepción e interacción limitada a transformarse en prosumidor, consiguiendo que el receptor logre consumir lo que ve y a su vez, producir sus propias narrativas.

2.5 La transmedia y el prosumidor

Un producto audiovisual transmedia tiene las principales características de tener un universo narrativo, plataformas para su expansión y un consumidor que llegue a interactuar con este producto hasta crear prosumidores.

Las evoluciones de nuevos ambientes comunicativos desde la aparición de la web 2.0 y la digitalización del contenido da como resultado la estimulación de la creatividad y la autonomía de los receptores, por lo que se convierten en nuevos actores comunicativos que rondan por el mundo digital a través de múltiples

plataformas. Así, los consumidores crean su propio contenido a partir de lo que observan y llegan a convertirse en prosumidores.

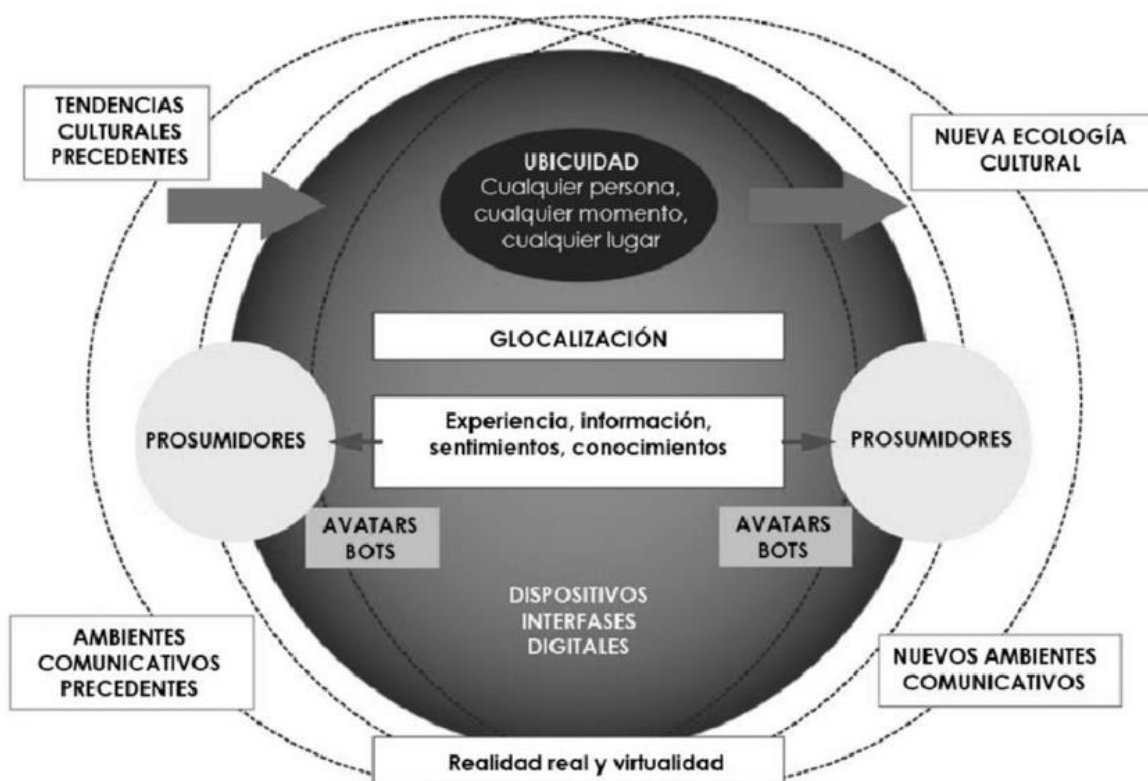
“La palabra prosumidor –en inglés, prosumer-, es un acrónimo que procede de la fusión de dos palabras: “producer” (productor) y “consumer” (consumidor). El concepto fue anticipado por Marshall McLuhan y Barrington Nevitt, quienes en el libro *Take Today* (1972), afirmaron que la tecnología electrónica permitiría al consumidor asumir simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos.” (Islas,2010)

Hernández y Grandío (2011) consideran que el espectador puede asumir tres tipos de funciones dentro del internet: Difusión, Interpretación de lo que llegan a observar y la creación de nuevos relatos. Es así como los prosumidores llegan a realizar una colaboración y realización de nuevas narrativas como la participación en el desarrollo de wikis, son actividades representativas entre los prosumidores y a su vez, los prosumidores llegan a representar una “revolución en la economía política de los sistemas comunicacionales.” (Islas, 2010)

Dentro del nuevo ecosistema, el consumidor también tendrá en sus manos la posibilidad de decidir el “cuándo”, “dónde” y “cómo” se llega a reproducir un contenido. Esto modifica el comportamiento del espectador llegando a convertirse en una persona multitarea al tener la atención en el consumo del contenido audiovisual y búsqueda de información, opiniones, comentarios y valoraciones sobre el producto.

Islas, propone un modelo de comunicaciones digitales dentro de nuevos ambientes comunicativos, que describe al receptor como el prosumidor, al estar

envuelto en los nuevos medios de comunicación como el internet y las nuevas plataformas sociodigitales que llegan a encontrarse en aparatos electrónicos como los computadores, tablets y celulares; esto produce una nueva ecología cultural, como se muestra en el siguiente modelo:



Modelo 1: Comunicaciones digitales de Octavio Islas (2018), para ambientes comunicativos glocales, en el imaginario de la sociedad de la ubicuidad.

2.5.1 Perfiles de Prosumidores

Los prosumidores suelen llevar a cabo una o varias acciones, por lo tanto, existen perfiles respecto a su participación en comunidades de internet, como los estipulados por Gary Hayes en 2007:

- **Consumidor:** Lectura pasiva de los contenidos.
- **Distribuidor:** Envía información.
- **Crítico:** Realiza comentarios.
- **Editor:** Mezcla y edita elementos de otros consumidores.
- **Creador:** plantea contenido original.

Otros autores como Arrontes y Barrera, crean nuevos perfiles para asociarlo a la mercadotecnia del producto audiovisual:

- **Aprendiz:** Busca constantemente la opinión o recomendación de otros para sus decisiones (si actúa como consumidor).
- **Socialité:** Es más empático, tiende al debate, está formado y es exigente. Usa Facebook y Twitter como canales de comunicación.
- **Escéptico:** Es el más exigente, el más difícil de evangelizar, el más crítico y el que no tiene ningún reparo en mostrar su disconformidad públicamente.
- **Crítico:** Es el más activo de la red. Manifiesta abiertamente su opinión, intereses, necesidades y creencias. Comenta noticias, participa en las comunidades sociales e incluso publica algún artículo en medios de difusión.
- **Intermediario:** Es bueno identificando oportunidades e incrementando el número de seguidores, puesto que actúa como hilo conductor entre distintos grupos sociales.
- **Persuasivo:** Es un vendedor profesional. Tiene capacidad de persuasión, expone claramente sus argumentos y su vinculación con la marca es responsable. Es respetado como consumidor y como productor.

- **Líder:** Es el experto. Un profesional especializado en un mercado o una industria específica que tiene un gran número de seguidores durante sus procesos de aprendizaje constante.
- **Creativo:** Es el que mejor ha interiorizado el proceso de generación de la información y colabora activamente con la calidad del material que se publica en la red. Tiene la influencia de la autoría del contenido que es consumido a diario por un gran número de usuarios.

2.5.2 Contenido generado por el usuario

En su estudio sobre usuarios, Guerrero (2014) establece cuatro modelos de participación de los prosumidores:

1. **Modelo observativo:** Se identifica por el número de visitas o los rangos de popularidad de algún producto audiovisual.
2. **Modelo discursivo/argumentativo:** comunica sus opiniones.
3. **Modelo creativo/ divulgativo:** crea contenido nuevo ya sea artístico o didáctico.
4. **Modelo lúdico - jugador:** mención a las webs que presentan aplicaciones recreativas.

Según Fernández Castrillo (2014), el contenido generado por el usuario son los formatos de contenido disponible en los medios sociales y plataformas distribuidos por individuos no profesionales, es decir, dinámicas colaborativas en la red y que

da como resultado puede dar la invención de una nueva obra con componentes creativos.

El contenido abarca diferentes formatos de contenido, como los formatos textuales que los prosumidores realizan por diferentes canales, que pueden identificarse a través de los modelos de Guerrero:

Modelo observativo	Modelo discursivo/argumentativo	Modelo lúdico - jugador	Modelo creativo/divulgativo
<ul style="list-style-type: none"> •Ranking de la serie. 	<ul style="list-style-type: none"> •Parodias: mezcla con otras producciones para crear interpretaciones. •Adaptaciones: contar una escena utilizando otro lenguaje. •Debates •Comunidades de fans. 	<ul style="list-style-type: none"> •Sincronizaciones: selección de momentos claves del contenido para su edición multipantalla. 	<ul style="list-style-type: none"> •Falsos openings: comienzo no original del producto. •Mashup: vinculación de varios mundos narrativos, con la combinación de imágenes y bandas sonoras. •Recapitulaciones: resumen de episodios precedentes. •Finales alternativos: producción de finales alternativos después de la emisión final del producto original. •Falsos avances: vídeos mezclados que anuncian un contenido audiovisual inexistente.

Tabla 3: Modelos de contenido generado por el usuario través de la investigación de los usuarios de Guerrero (2014).

La narrativa transmedia, entonces, permite expandir la historia a nuevas plataformas, con esto abre la posibilidad de una interacción con el usuario y con la creación del prosumidor quien genera nuevas narrativas que enriquecen la historia. Por lo tanto, el mismo usuario abre la posibilidad de una colaboración que involucra la interacción con más usuarios, creando así el fandom, término que se verá en el capítulo tercero.

CAPÍTULO 3: CULTURA DE LA COLABORACIÓN

3.1 Consumo y Cultura

Según Grimson (2008), la “cultura” fue un concepto que se oponía a la Alta Cultura, al buscar diferencias jerárquicas entre los diferentes grupos humanos y definir que parte de la masa es una persona culta y sensible a las artes.

Autores como Pierre Bordieu (1980) construye elementos que permiten fundamentar una sociología de la cultura y determina que el consumo cultural equivale a expresar que hay una economía de bienes culturales. Él observa que, para dar objeto propio a la creación intelectual hay que determinar el campo cultural, que se sitúa desde el artista y su obra hasta la producción y el sistema de relaciones para la circulación de los productos. Por lo tanto, las prácticas culturales describen la estructura de estos campos a partir de los sujetos sociales que llegan a distinguirse a través de sus expresiones que incluyen el aspecto subjetivo de sus comportamientos.

Con el paso del tiempo, la cultura llega a definirse como “el conjunto de valores, costumbres, creencias y prácticas que constituyen la forma de vida de un grupo específico” (Eagleton, 2001: 58).

La palabra cultura ha tenido una presencia en los medios de difusión de información. Este término llega a enfatizar a un grupo, usualmente las masas de los espectadores, es decir, delimita actores sociales que participan en un sistema de significados propicio para la construcción de nuevas plataformas y medios.

A través de la cultura digital, llegan a integrarse nuevos productos para su consumo, creando así seguidores frente a lo más visto o popular que llega a caracterizarse por el “deseo de entrar en el juego, identificarse con las alegrías y penas de los personajes, preocuparse por su futuro, adoptar sus esperanzas e ideales, vivir su vida” (Bourdieu, 1980: 237).

La masificación que las Industrias Culturales lograron sobre las obras artísticas un desarrollo en las derivaciones geográficas, económicas y de recepción. Es decir, de los consumidores surgen derivaciones sobre las preferencias del consumidor de alguna obra, que posteriormente se le conocerá como fan.

3.2 La Cultura Fan

“Los conceptos de buen gusto, conducta apropiada o calidad estética no son innatos ni universales, sino que tienen su raíz en la experiencia social y reflejan los intereses de unas clases concretas” (Jenkins, 2010: 28). A partir de la realización de narrativas y al ser expuestas en diferentes ventanas, algunos receptores de los productos audiovisuales llegan a convertirse en fans.

El término fan apareció a finales del siglo XIX en descripciones periodísticas, donde llegaron a definir a los seguidores del deporte como fan. Este término puede referirse a la característica común de la cultura popular en las sociedades industriales que selecciona un repertorio de la distribución y producción de masas, consecuencia del entretenimiento de narraciones, intérpretes o géneros, llegando a constituir “el segmento más activo del público mediático, que se niega a aceptar sin

más lo que le dan e insiste en su derecho a la participación plena.” (Jenkins, 2009: 137).

La cultura de los fans no obedece las clases al tratar textos populares al centrar una atención y reconocimiento de textos o productos canónicos que llegan a integrar las representaciones de los medios de comunicación en su experiencia personal aunque las prácticas interpretativas difieren de las que fomenta el sistema educativo. Por lo tanto “la cultura de los fans supone un desafío a la naturalidad y conveniencia de las jerarquías culturales dominantes, un rechazo a la autoridad del autor y una violación de la propiedad intelectual” (Jenkins,2010: 31).

Como fan, los espectadores van más allá del consumo tradicional, llegan a apropiarse del contenido que ven logrando modificarlo y ponerlo en circulación, por lo que se convierten en productores de nuevos contenidos, más conocidos como prosumidores.

La cultura de colaboración de los fans “constituyen el segmento más activo del público mediático, que se niega a aceptar sin más lo que le dan e insiste en su derecho a la participación plena.” (Jenkins, 2009: 137).

En 2013, Torti Frugone & Schandor plantearon los momentos de progresiones del fandom:

- **Los seguidores o público:** Cuando los sujetos se sienten atraídos por el producto hasta llegar a consumirlo.

- **Los entusiastas o fans:** los seguidores se involucran a un nivel emocional llegando al culto. En este punto surgen agrupaciones donde hay intercambio de información.
- **Los cultistas:** El fenómeno forma parte de la vida de los fans, siendo absorbidas por el estilo de vida cotidiano, las representaciones y significaciones sociales.

En la progresión de cultista, surge el fandom, al transformar las aficiones en su estilo de vida armonizando con su propia realidad, como ejemplos puede asociarse a la cultura friki o a la cultura otaku, que, de alguna forma, los fans logran asociar los productos de alguna temática o país con su vida cotidiana y apropian ciertas características como la vestimenta, forma de hablar o peinado.

Las nuevas tecnologías, sobrelleva la admiración y consumo y, por lo tanto, resulta ser uno de los factores que hace que el fan se transforme en fandom, el cual, contagia, transmite e identifica a cientos de fans de alguna obra en común.

“Fandom es la contracción de dos palabras anglosajonas: Fan (fanático) y kingdom (reino). El Reino del Fan surge para categorizar a todos aquellos individuos que se reúnen en grupos por preferencias en común, y que comparten gustos estéticos entre sí. Si bien la palabra de “reino” parecía muy amplia en los principios de su aparición, Internet y su tecnología ha logrado expandir estos grupos a niveles globalizados conectando “reinados” (comunidades), fusionándolos, integrándolos o contrastándolos, a tal punto que en el presente la palabra está mutando tenuemente hacia fanverse (universo del fan)” (Torti Frugone & Schandor, 2013).

Según Fiske, el fandom es una característica común de la cultura popular en las sociedades industriales que selecciona un repertorio de la distribución y producción de masas, consecuencia del entretenimiento de narraciones, intérpretes o géneros. Por lo tanto, el entretenimiento lleva al resultado de una a la cultura de una fracción auto-seleccionada, es decir una cultura popular que llega a participar en diversos (Fiske,1992).

3.2.1 Los Fans en la Era Digital

En el pasado, los fans eran asociaciones dispersas que reunían ocasionalmente en algunas efemérides, por lo que tenía poca vida social y cultural.

El internet ofrece la posibilidad del desarrollo de relaciones sociales que comparten el mismo gusto, ya sea que ellos estén en otro lugar del mundo y diferente horario. Esto permite la creación e intercambio de contenidos y la creación de un nuevo protagonismo con las tecnologías que hoy en día están en funcionamiento relacionado en el mundo de los fans.

La influencia que llega a provocar el fan es mucha que llega a causar repercusiones sociales a la hora de marcar tendencia en medios sociales, afectando en la audiencia de los productos audiovisuales o creando nuevas formas de consumo y publicidad en ellas.

Por lo tanto, según Henry Jenkins en Fans. Bloggers y Videojuegos (2009), la nueva cultura participativa se configura en las tendencias:

1. Las nuevas tecnologías permiten a los seguidores archivar, comentar, apropiarse y poner en circulación contenidos que permiten una mayor difusión y una presencia en la red, siendo un poderoso canal de distribución para la producción cultural y, ahora las imágenes, videos y escritos pueden ser compartidos, y alcanzan una buena difusión.
2. Una gana de subculturas que promueven la producción mediática y la acción de que el usuario puede producir sus propias narrativas.
3. Las tendencias económicas que favorecen el flujo de ideas y narraciones a través de múltiples canales mediáticos.

Frente al nuevo entorno mediático, surge la *cosmopedia*, que recae en la visión de un nuevo espacio de conocimiento en el que los usuarios potencializan su nuevo entorno mediático y pone a disposición un intelecto colectivo al igual que sedes para la realización de discusiones y desarrollo entre grupos de fans. De igual manera, Torti Frugone & Schandor, fundamentan que el fandom posee las características de:

- **La producción ante sus narrativas propias** como “fanfictions (textos escritos), los fanarts (arte representacional del universo admirado, haciendo personajes existentes o agregando propios dentro de ese contexto, pero siempre con una referencia inicial), cosplay (elaboración de ropas o disfraces para representaciones), fanvids (realizaciones audiovisuales con temáticas relacionadas) y gatherings (reuniones en las que se intercambian

producciones e información relativas al universo de culto), entre otras (Torti Frugone & Schandor, 2013).

- **Emergencia de un lenguaje o jerga**, que resultan ser los círculos ligados a un generar giros idiomáticos o re-significaciones del lenguaje a partir de características de su culto.
- **La adopción**, que consiste en que los fandoms se enfocan hacia un nivel cognitivo, la relación del objeto se vuelve parte de la identidad del seguidor. El sujeto lleva a realizar una estructura hacia grupos con gustos similares.
- **Apropiación del objeto**, que consta de establecer un vínculo emocional hasta estructurarse con su cotidianeidad y conocimientos, generando nuevas experiencias y referencias.
- **Trascendencia**, que trasciende las edades y generaciones. El cultista jamás se podrá deshacer de las marcas que el culto hace.
- **Fantasía interna**, “conjunción y explotación de conocimientos compartidos, que se traduce en formas de comunicación propias que adquieren sentido según esta fantasía compartida y sólo para los miembros del grupo” (Bormann, 1972).
- **Debate y racionalización**, el cultista es el principal crítico de su objeto, por lo que juzgará los nuevos elementos del universo planteado.

Los fans fueron adaptadores tempranos de las tecnologías, al reconstruirse dentro de estas y al tener que alfabetizarse de manera técnica para poder seguir en

contacto con sus grupos y poder estar informados de sus productos audiovisuales favoritos y disfrutar el placer de intercambiar conocimiento.

“Las prácticas de los fans se han enredado progresivamente en los ritmos y tiempos de las emisiones televisivas, de suerte que los fans se conectan hoy para comentar nuevos episodios inmediatamente después de la transmisión del capítulo o incluso durante las pausas publicitarias, acaso para demostrar la "puntualidad" y receptividad de su devoción” (Hills en Jenkins, 2009: 169).

Los fans más destacados por adoptarse a las nuevas tecnologías fueron los de *Star Wars*, produciendo sus propias películas. Los fans explotaban los diversos artículos comercializados por la franquicia.

3.3 Fandom tóxico

Las audiencias se han vuelto líquidas (una idea que Scolari retoma de Bauman) porque llegan a ser grandes consumidores de contenidos audiovisuales a través de una amplia variedad de dispositivos y pantallas, por lo que llegan a ser efímeros y mutables.

Anteriormente, “en la era del broadcasting, la gran mayoría de los televidentes o radioyentes tendían a consumir su programa favorito y a disfrutar pasivamente su contenido” (Scolari, 2013: 217).

Ahora con las nuevas plataformas y los medios sociales, la difusión llega más rápido a la audiencia y, por ende, éste parte de una recepción e interacción limitada a transformarse en prosumidor, consiguiendo que el receptor logre

consumir lo que ve y a su vez, producir sus propias narrativas, pero a su vez, llega a violar el producto, llegando a crearse uno de los puntos por lo que los fans pasan a apropiarse el término de “tóxico”.

En algunas ocasiones, las culturas de los fans llegan a presentar un estatus problemático ante sus relaciones con otras formas de producción cultural e identidades sociales.

La expresión de fandom tóxico lleva algunos años circulando. En 2016, un artículo de la página *BirthMoviesDeath* señala que los fandoms ahora son rotos a partir de las controversias de fans a partir de la observación de los comportamientos de los seguidores de *Los Cazafantasmas* y como llegaron a repudiar su reinicio a tal punto de llegar a acosar a su director y a las actrices protagonista, ya que los fanáticos ya sean impulsados por el odio o por un deseo, los fans buscan exigir lo que ellos quieren que suceda en la historia, “creyendo que la historia debe adaptarse a tus necesidades individuales, no a la expresión de los creadores” (Faranci, 2016).

Si los creadores no realizan lo que el fandom quiere, ellos vierten su odio en internet, esta ruptura de ser solo un fan que se convierte en prosumidor, pasa a lo que se le conoce como “tóxico”, donde los fans se toman en serio su sentimiento de protección hacia ella.

Según Adrienne Massanari (2015) espacios en el internet como Reddit llegan a convertirse como “focos de activismo misógino” (p.2). De este modo, alientan a patrones de tecnoculturas tóxicas, al llevar a cabo la apropiación del personaje,

llevando a cabo una transformación del fan hacia la realización de actos como la ciberviolencia.

La violencia cibernética resulta involucrar retóricas armadas de misoginia, que incluyen las amenazas de muerte y el 'doxing', que consiste en la liberación de información personal en línea.

Los medios de comunicación como las redes sociales, se concentra la máxima penetración cultural y se puede observar la "práctica de fanáticos tóxicos" y cómo puede tener su oposición creando conflicto entre los fans. Tal y como menciona Proctor:

"En la prisa por demostrar su superioridad moral al hablar en contra de algún sentimiento racista, sexista o hiriente (ya sea un hashtag o un video viral sobre una taza de café), el sentimiento se amplifica con frecuencia en una escala que no sería posible si la gente no hubiera mordido el anzuelo." (Proctor, 2018).

Las prácticas tóxicas para los fanáticos, solo reconocen que el fandom no es tóxico en sí mismo, sino ciertas prácticas que llevan a cabo. El fandom tóxico se ha convertido en parte de los discursos generales y conlleva en que las comunidades no son homogéneas y armoniosas, es decir que los mismos fanáticos llegan a estereotipar a otros al proyectar narrativas de inclusión o exclusión.

Mark Hills (2007) argumenta de que el fandom ni puede ser visto como una cultura coherente, sino que se necesitaría observar a cada fanático y sus patrones con otros fans.

Para finalizar este capítulo, cabe rescatar que el prosumidor como fan, hoy en día es de vital importancia para la realización de una narrativa transmedia para la generación de contenido y aumento del público. Por otro lado, es esencial reconocer que las actividades de los fans son un fenómeno interesante, ya que no llegan a ser homogéneos, algunos sólo serán simples audiencias y consumistas de los productos que se les ofrece, otros seguidores optarán por tener opiniones diferentes y una apropiación del producto. Esto lo podemos ver en series como *Rick y Morty*, que llegan a tener tanto narrativas realizadas por la producción original y narrativas generadas por los prosumidores, y que, de alguna manera, conlleva a una expansión de la franquicia. En el capítulo 4, esta serie será el objeto a analizar.

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE LA SERIE: *RICK Y MORTY*

4.1 Introducción al análisis de la serie

Rick y Morty es una serie animada de televisión emitida por Cartoon Network en su sección Adult Swim. Fue creada por Justin Roiland y Dan Harmon quienes narran las aventuras de un abuelo científico y su nieto que viajan a diferentes multiversos.

Al ser una serie de Adult Swim, una sección de animación para público adulto, la serie consta de palabras y acciones altisonantes. También, es reconocida por mostrar referencias a la Cultura Pop y Ciencia Ficción, al tener como inspiración a productos audiovisuales como *Back to the Future* y *Futurama*.

Lo que hace interesante su caso de estudio es que es un claro ejemplo de una narrativa transmedia y de cómo impacta en el espectador para la lograr cierta popularidad, creando así fanáticos que llegan a catalogarla como una serie de culto con ayuda de la publicidad dentro de la serie, internet y aplicaciones para celular, adentrándose a multiversos con criaturas alienígenas y pensamientos tanto científicos como filosóficos.

En este capítulo se realizará el análisis de la serie en torno a los anteriores conceptos, por lo que se presentará la serie de animación conforme a su estructura narrativa, personajes y temáticas. Al enfatizar la temática científica del multiverso, comenzará a explicarse la narrativa transmedia y como la macrohistoria tiene vertientes para crear el universo transmedia a través de las herramientas transmediales. Por último, pasará a las interacciones de los fans que hacen de *Rick*

y *Morty* una serie con una gran cultura participativa, y como estas mismas interacciones llegan a catalogarse como tóxicas.

4.1. 1 Semblanza de los Creadores

Los co-creadores de esta serie son reconocidos por realizar otras series que han impactado a la sociedad estadounidense.

Dan Harmon, es un guionista y productor estadounidense conocido por crear y producir la serie *Community* (Harmon, 2009) de la NBC y co-fundó el sitio web Channel 101.

Por su parte, Justin Roiland es un actor, escritor, productor y director estadounidense. Es reconocido por realizar las voces de Limón Agrio en *Adventure Time* (Ward, 2010) y las voces de los protagonistas de *Rick y Morty*.

4.1.2 Creación de *Rick y Morty*

En 2004, Justin Roiland y Dan Harmon se conocerían en Channel 101, un festival de cortometrajes en Los Ángeles donde Dan Harmon resultaba ser el cofundador.

La dinámica consistía en que los participantes debían mandar los pilotos de sus series para que la audiencia escogiera cuál de ellas seguiría en producción. Justin Roiland participa con *House of Cosbys*, y aunque los trabajos de Roiland no gustaban a todo público, Harmon pensaba que el humor de Justin era especial y decide trabajar con él. En 2006, Roiland fue despedido de la producción de una

serie, por lo que se canalizó en un webisodio para el Canal 101, el cual resultó ser *The Real Animated Adventures of Doc and Mharti*, parodiando a la trilogía *Back to the Future*, a la que Dan Harmon la catalogó como una vandalización pornográfica al mostrar a Doc Smith, el protagonista del capítulo, incitar a Mharti a que la solución a los problemas que se enfrentaban era el sexo oral. Este episodio no obtuvo una buena aceptación, por lo que la serie no inició su producción.

En 2012, Harmon dejó de producir la serie *Community*. En este mismo año, Adult Swim busca un nuevo show, por lo que se acercó a Harmon, quien no estaba familiarizado con la temática de este canal, por lo que Harmon contacta a Roiland quien plantea la idea de cambiar a Doc Smith y Mharti a Rick y Morty.

Así, el 17 de noviembre de 2013, la productora Adult Swim realizó un evento para la premiere de la serie animada, misma que para el 2 de diciembre se emitiría en su respectivo canal, obteniendo así un gran público y la capacidad de extender la historia con ayuda de cómics, aplicaciones y videojuegos.

4.2. Narrativa

4.2.1 Análisis del primer capítulo

Rick y Morty es una historia que tiene como elemento principal el uso de la Ciencia Ficción y la comedia para adultos, contrastando con el uso de parodias de películas y series que hacen que su público se sienta atraída a ella.

Esta serie animada data de las aventuras de un científico y la relación con su familia, especialmente con su nieto, Morty Smith. De igual manera, abarca los

problemas que llega a obtener a partir de sus relaciones con la Federación Intergaláctica e incluso sus otros yo de otras dimensiones.

Al comienzo la serie sitúa al espectador en un universo en el presente y nos presenta una familia disfuncional que vive en Estados Unidos y a los personajes principales, Rick Sánchez, un científico borracho de edad avanzada que no le importa la vida y que ha regresado a vivir con su hija, Beth, al haber desaparecido por 10 años; y a Morty, su nieto con falta de autoestima y con un coeficiente intelectual muy bajo.

Con el paso del primer capítulo se presentan a los otros personajes de la familia Smith, Beth, la madre de familia que vivió más de 10 años sin su padre y que se casó por quedar embarazada; Jerry, el padre, quien también tiene un bajo intelecto y que se casó con Beth al embarazarla de Summer, la hija mayor de la familia.

Durante este piloto, Rick y Morty tienen su primera aventura de la serie, donde muestra como Rick hace que Morty no asista a sus clases para ir a un universo a recolectar semillas con el fin de que Rick prosiguiera con un experimento, pero las cosas no salen tan bien y tienen que huir de la ley intergaláctica y Morty debe esconder las semillas dentro de su recto.

Al regresar de su aventura, regresan a la cochera de la casa, donde Rick instaló su laboratorio. Beth y Jerry los están esperando y hablan con el abuelo al saber que Morty no ha ido a la escuela y que no deberían pasar el tiempo juntos. Rick les explica que lo hace por el bien de su nieto, ya que, al salir con Rick, Morty

llega a ser más inteligente y se los demuestra al cuestionarle preguntas de ciencia y matemáticas. Morty las responde correctamente y hace que los padres le confíen al científico a su hijo y dejan a Rick y Morty en la cochera.

En el laboratorio/ cochera, Rick le explica a Morty que su inteligencia es parte del efecto de las semillas y que después de ese efecto, Morty tendrá que perder sus habilidades motoras por 72 horas, lo que hace que su nieto se retuerza en el suelo y que el abuelo pueda decirle con locura que van a realizar más aventuras y hace mención de la página www.rickandmorty.com⁴, la cual redirige a la página de Adult Swim dedicada a esta serie.

Dicho capítulo fue criticado por simple, pero sólido para empezar con la serie, calificada por *Internet Movie Database* (IMDb) con 8.0 de calificación y a partir de esta primera temporada, llegó a crecer el fanatismo del público para esperar más de esta animación.

4.2.2 Narrativa en *Rick y Morty*

Dan Harmon, el co-creador de la serie, tiene su propia forma de contar historias a lo que llamó “el embrión de una historia” el cual aplicó a su serie *Community* y a

⁴ Esta mención es parte esencial, ya que es un comienzo a expandir más los conocimientos de la serie, al mostrar un canal eje entre los episodios que se muestran en la televisión y la página de Adult Swim, donde se observan desde los mismos episodios emitidos hasta clips, acceso a la tienda en línea, juegos y videos de los creadores.

Rick y Morty. Esta aportación la ha compartido a través de entrevistas y Master Class como el del festival *Xoxo* en 2012.

En una entrevista en *Wired*, explicó que cuando escribía *Community*, al atorarse con el guion, quiso codificar el proceso de narración de historia, tratando de encontrar una estructura simétrica oculta en programas de televisión y películas.

Harmon llega a estudiar el Monomito y el Ciclo del Héroe de Joseph Campbell para poder crear un círculo que destila una narración en ocho pasos:

- 1. Un personaje está en una zona de confort.
- 2. Pero quieren algo.
- 3. Entran en una situación desconocida.
- 4. El personaje se adapta a ello.
- 5. Consiguen lo que querían
- 6. Pagan un alto precio por ello.
- 7. Luego regresan a su situación familiar.
- 8. Cambian.

Al círculo de 8 pasos lo reconoce como embrión al obtener los elementos necesarios para una buena historia y que pueda trazar un mapa en el producto audiovisual. Así, si la trama no sigue los pasos, el embrión no será válido y comenzará de nuevo.

En el caso de *Rick y Morty*, sigue esta estructura tanto en sus episodios, como en sus temporadas al demostrar que sus personajes están cambiando con el

paso de cada capítulo de la serie, también funciona para que la serie se refresque y renueve cada temporada.

Cada capítulo, excepto los capítulos del segundo al sexto de la primera temporada, presentan los primeros puntos de la estructura narrativa para que logre enganchar al público y quiera seguir viendo el capítulo.

En el caso del primer capítulo logra verse la gran parte de la estructura antes de la introducción, para que después del opening, logre reconstruirse una consecución:

Inicio del programa

1. Un personaje está en una zona de confort: Se presenta a Morty durmiendo en su cuarto cuando su abuelo Rick llega a despertarlo.
2. Pero quieren algo: Rick está borracho y quiere que Morty le acompañe a dar un paseo.
3. Entran en una situación desconocida: Los dos personajes se encuentran viajando en un vehículo volador parecido a un extraterrestre.
4. El personaje se adapta a ello: Morty está con su abuelo viendo la ciudad.
5. Consiguen lo que querían: El abuelo Rick le revela que su idea es lanzar una bomba de neutrinos y comenzarán de cero.

6. Pagan un alto precio por ello: El abuelo se queda dormido y deja a Morty con la cuenta regresiva de la bomba de neutrinos.
Inicia opening de la serie.
7. Luego regresan a su situación familiar: Se encuentran con toda la familia en el desayuno.
8. Cambian: Morty se encuentra cansado por la aventura que pasó con su abuelo.
Reinicio de estructura
9. Un personaje en zona de confort: Morty en su día de clases.
10. Pero quieren algo: Rick aparece y le pide que lo acompañe a una aventura que consta de recoger semillas.
11. Entran en una situación desconocida: Gracias al portal de Rick llegan a un universo donde hay criaturas extrañas.
12. El personaje se adapta a ello: Después de huir de una criatura, caminan por el planeta.
13. Consiguen lo que querían: Encuentran los mega-árboles y como tal, las mega-semillas, pero están debajo de ellos, por lo que tienen que bajar la colina con unos zapatos especiales del abuelo.
14. Pagan un alto precio por ello: Morty no enciende sus tenis y se cae de la colina, por lo que Rick debe de ir por la cura y al hacerlo, se descargó su pistola interdimensional, por lo que deberán cruzarla aduana interdimensional y Morty deberá guardar en su recto las mega-semillas.

15. Luego regresan a su situación familiar: Después de pasar por la aduana causando una confrontación con la Federación Intergaláctica, logran llegar a la escuela y son confrontados por los padres de Morty, quienes deciden llevar a Rick a un asilo.
16. Cambian: Rick convence a los padres de Morty que su hijo aprende cosas de las aventuras, demostrándoles que Morty puede ser inteligente. Los padres se convencen y dejan a Rick y Morty solos. Rick le revela a Morty que su inteligencia se debe a los efectos de las mega semillas y que también tendrá setenta y dos horas sin funciones motoras. Por otro lado, Rick muestra su lado lunático.

Final del programa. Créditos.

Uno de los capítulos en el que también se ve un cambio en los primeros minutos antes del opening, es en el capítulo siete de la tercera temporada "The Ricklantis Mixup" donde antes de comenzar, se muestra una posible llamada a la aventura hacia Atlantis, pero después del opening, se muestra el verdadero título del capítulo "Tales from the Citadel", y hacen ver la vida de los Rick y Morty de otras dimensiones.

4.2.2.1 Roles de personajes

Propp observa a los personajes según sus roles sobre los que descansan las historias de sus cuentos, estos son los siguientes:

1. **El héroe o buscador.** Rick Sánchez, es uno de los protagonistas de la serie y sin él, no habría aventuras.
2. **El rey o el personaje que tiene autoridad.** Es Rick Sánchez, aunque a veces es controlado por su hija, Beth Smith, al ser la que lo provee de casa y comida.
3. **La princesa de quien está enamorado el héroe o la recompensa de este.** Tener el control de la familia Smith y que Rick sea capaz de huir de sus malas acciones.
4. **El falso héroe, quien se aprovecha de la situación para ganar beneficios.** Es el mismo Rick Sánchez, ya que se aprovecha de cualquier evento y no le importa su vida.
5. **El agresor o el antagonista de la historia.** Morty Malvado, Federación Galáctica, Tammy y Phoenix Person
6. **El donante o colaborador que le ayuda al héroe.** Morty, al ser uno de los protagonistas de la historia y estar acompañando a su abuelo en sus aventuras.
7. **El Objeto o habilidad mágica.** El intelecto de Rick Sánchez, ya que es la persona más inteligente de todo el multiverso y puede crear cualquier cosa.

4.2.1. 2 Estructura dramática

La historia se fragmenta tanto espacial como temporalmente y toma forma gracias a una estructura. En un principio, la estructura dramática clásica fue postulada por Aristóteles, con un principio, un desarrollo y un final, por lo que en términos de Field y, siguiendo una estructura de guion dentro de un producto audiovisual, se resuelve como el planteamiento, la confrontación y la resolución.

El ordenamiento de los tres actos da como resultado una historia y muestra a los personajes enfrentándose a varias situaciones donde el espectador va entramando los arcos y organiza la información de la historia.

Para la organización del paradigma, hay identificación de patrones según el estudio de Pamela Douglas (2011) para centrarse a las series de televisión. Estas estructuras se identifican en cuatro modelos:

- En el primer modelo se reconoce al personaje y permite engancharse con un problema diferente a cada capítulo. Los personajes no tienen historia y la temporalidad del relato es diferente en cada capítulo por lo que es lineal.
- En el segundo modelo, el asunto es resuelto en cada capítulo, pero hay una construcción dramática con una trama secundaria que continúa de un capítulo a otro, logrando identificar a los personajes de una manera menos superficial y los personajes van progresando lentamente.
- El tercer modelo donde cada capítulo tiene un asunto que se resuelve, pero no radica ahí su asunto principal sino hay un seguimiento de varias líneas

dramáticas. La primera trama con el asunto específico del episodio, la trama secundaria que es la confrontación de los personajes e incluso hay una trama terciaria donde se muestra el pasado de los personajes y su expectativa a un futuro.

- El cuarto modelo contiene las características del tercer modelo, solo cambia en las líneas dramáticas al apuntar a varias dimensiones. Hay muchos personajes protagónicos que pueden ir subiendo o bajando su intensidad de protagonismo en la serie, por lo que hay varias metas finales con historias de gran complejidad.

Rick y Morty está dentro del tercer modelo narrativo, ya que tiene episodios que tienen un asunto y a veces tienen una resolución, estos siguen varias líneas dramáticas: la trama A, que es el asunto del episodio, es decir, la aventura de los protagonistas; la B, que pone la confrontación de los personajes y sus problemas psicológicos e ideologías; e incluso la trama C, con líneas argumentales que a veces no atañen a los protagonistas como la historia de los personajes secundarios o alguna referencia. Los personajes principales tienen un pasado y una expectativa de las cosas que van a suceder, por lo que son cambiantes y son sustentados por las líneas argumentales, lo que hace que logren imprimir una fuerte identificación y cercanía al espectador, por lo que este formula dudas acerca de lo que ve y crea sus propias teorías y análisis de la propia serie de televisión.

4.2.2 Estructura general de la historia en *Rick y Morty*

Al tener un modelo que ayuda a *Rick y Morty* a explotarse como serie, se crea una gran historia que puede desarrollarse con la consecución de las temporadas. Esto hace que, en un principio, en la primera temporada llegue a presentarse a los personajes, para que, en la segunda temporada, vaya desglosándose sus problemas y las enemistades de los protagonistas. Llegando a su confrontación en la tercera temporada y presentado a su vez más villanos que hacen de la historia con un sinfín de posibles tramas.

De igual manera, al ser una serie de animación para el público adulto en general con una clasificación B15, puede llevarse a cabo maneras de interactuar con su público de una manera más cínica y realista de lo que pasa en la realidad, esto hace que el espectador se interese más en la serie.

Una de las maneras de llegar al espectador es la forma de narrar *Rick y Morty*, al tener su propio lenguaje validándose de la imagen, la música y cómo interactúan los personajes.

Además, tiene un gran impacto con la música, ya que ésta se mezcla con sus secuencias y esto ayuda a que el público llegue a asociar ciertas canciones con personajes, como es el caso de Morty Malvado y la canción de la banda *Blonde Redhead* titulada *For the Damaged Coda*, la cual crea un interés al espectador por demostrar las emociones de los personajes.

4.2.2.2 Personajes

Como ya se mencionó en la trama del capítulo uno, la serie nos presenta a una familia disfuncional que vive en Estados Unidos en una dimensión C-137 y que trata de sobrellevar sus problemas. Al paso de las temporadas se observa cómo van cambiando los personajes a tal punto de que llegamos a ver en una animación los temas de depresión, falta de aceptación y el divorcio.

La serie al tener Ciencia Ficción, hay seres de otros planetas, invitados de la farándula e incluso el ex presidente de EUA, Barack Obama.

4.2.2.2.1 Rick Sánchez

Es uno de los personajes principales de la serie y es un viejo científico de 70 años y de origen mexicano que viste con unos pantalones de color café, playera azul claro y bata blanca. De igual manera tiene una uniceja y cabello azul despeinado.

Una de las características que destacan a Rick Sánchez es su sexualidad, ya que es uno de los pocos personajes del mundo de la animación que afirma tener una sexualidad diferente a la heterosexual, al afirmarse en sus episodios el ser pansexual.

Se desconoce el pasado del personaje, pero en el primer capítulo de la primera temporada, puede reconocerse que abandonó a su hija, Beth, por 10 años y regresó para poder interactuar más con ella y su familia.

Es reconocido por ser el ser más inteligente del universo y por esa cuestión, Rick llega a expresar mediante distintos comportamientos que ahora no tiene algún propósito en la vida, a través de demostrar poco interés en su familia, ser alcohólico y drogadicto.

Aunque vive aventuras con todos los integrantes de la familia Smith, acostumbra a salir con su nieto Morty



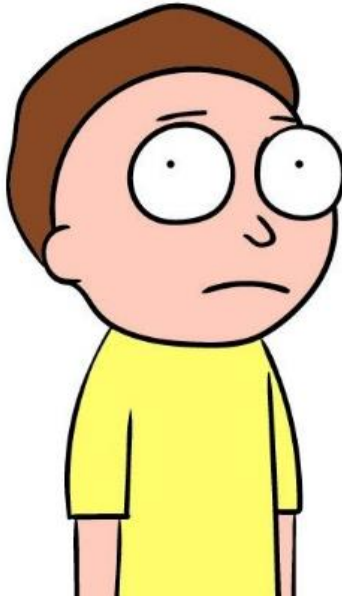
Rick Sánchez, publicada el 6 de agosto de 2018. En: <https://sketchok.com/cartoon-characters/rick-and-morty/how-to-draw-rick-sanchez>

4.2.2.2 Morty Smith

Es un niño de 11 años, nieto de un científico Rick. Es un chico cabezón con cabellera corta de color café. Usa una playera amarilla y pantalones azules.

Sus padres llegan a decirle que tiene un coeficiente intelectual muy bajo, por lo que creen que, al pasar tiempo con su abuelo, este pueda aprender y llegar a ser más inteligente. En sus aventuras, se le conoce que Morty también tiene muchas capacidades y diferentes tipos de Mortys en todo el multiverso.

Con el paso del tiempo, Morty llega a parecerse y tener las ideologías de Rick, por lo que muchos fans han llegado a asociarlo con el enemigo de Rick que se le conoce como Morty Malvado.



Morty Smith, publicada el 6 de agosto de 2018. En: <https://sketchok.com/cartoon-characters/rick-and-morty/how-to-draw-morty-smith>

4.2.2.2.3 Beth Smith

Beth Smith es la hija de Rick, la cual llega a embarazarse a corta edad de Summer, por lo que no termina sus estudios de cardiología y se casa con Jerry Smith. Tiene cabello amarillo y viste una playera roja con pantalones azules.

Es alcohólica y tiene conflictos consigo misma al no aceptarse y no sentirse valorada. En el transcurso de la historia llega a verse que ella quiere más a su padre que mantener la relación con Jerry, por lo que se divorcia.

En la tercera temporada, logra reconocerse a Beth como una mujer con un gran coeficiente como el de su padre. Rick le ofrece realizar un clon de ella para que ella pueda viajar y sentirse realizada. Al final de la serie deja esa duda al espectador y ha sido parte de nuevas teorías de lo que pueda ocurrir en la serie.

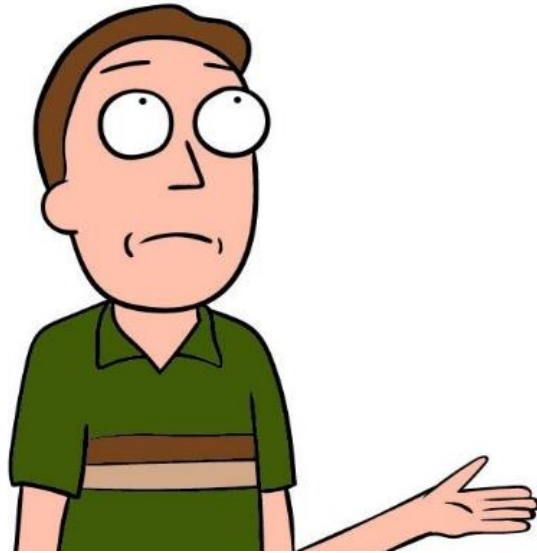


Beth Smith, publicada el 6 de agosto de 2018. En: [ht https://sketchok.com/cartoon-characters/rick-and-morty/how-to-draw-beth-smith-from-rick-and-morty](https://sketchok.com/cartoon-characters/rick-and-morty/how-to-draw-beth-smith-from-rick-and-morty)

4.2.2.2.4 Jerry Smith

Jerry Smith es el padre de Summer y Morty, y el actual ex marido de Beth. Viste de playeras verdes con pantalones azules.

Le cuesta mantener un trabajo, ya que es un ser de bajo coeficiente intelectual que se aprovechó de embarazar a Beth para poder casarse con ella. Rick odia a Jerry por considerarlo un estorbo en la vida de Beth ya que ésta no pudo realizarse como una gran científica como su padre.



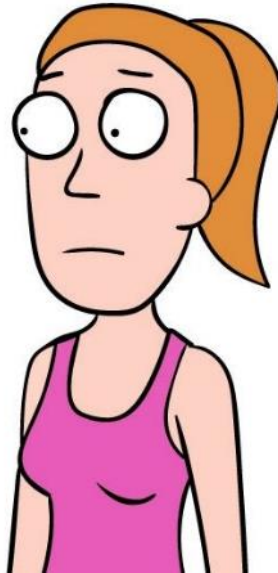
Jerry Smith, publicada el 6 de agosto de 2018. En: <https://sketchok.com/cartoon-characters/rick-and-morty/how-to-draw-jerry-smith-morty-s-father>

4.2.2.2.5 Summer Smith

Es la hija de Jerry y Beth y la hermana mayor de Morty. Tiene el cabello naranja recogido y suele vestir de blusas rosas con pantalones blancos.

Con el paso de la serie ha demostrado ser más inteligente que su hermano, pero tiene conflictos con su existencia, ya que ha sido afectada por los comentarios de que ella fue solo un accidente, por lo que tiene baja autoestima y suele preocuparse por su apariencia física.

En la tercera temporada muestra tener un lado oscuro al poder matar a personas sin ningún problema.



Summer Smith, publicada el 6 de agosto de 2018. En: <https://sketchok.com/cartoon-characters/rick-and-morty/how-to-draw-summer-smith-from-rick-and-morty-series>

4.2.3 Temas

Si bien *Rick y Morty* se entiende como cualquier animación adulta con comentarios obscenos y con ficción, contiene temas relevantes para el público al dar énfasis a las reacciones humanas y los aborda de una forma cruda. Éste forma parte de una sección que es emitida solo para adultos, por lo que se permite un mayor desarrollo de personajes en el ámbito psicológico y crítica social.

Entre los temas que destaca la serie son:

4.2.3.1 Filosóficos

De la mano con la psicología de los personajes, se abordan los temas enfocados al nihilismo y absurdismo.

4.2.3.2 Crítica social

A partir de las referencias a películas y cultura en general, han logrado parodiar comportamientos de seres humanos antes varias situaciones. Sin mencionar la constante ironía en temas complejos como los de la pareja o la familia.

4.2.3.3 Científicos

Al hablar de una gran cantidad de universos paralelos llenos de distintas posibilidades y de mostrar la base a muchas de las teorías físicas como el guiño que se le da al experimento de la caja de Schrödinger y de la teoría cuántica.

4.2.3.3.1 Explicación del espacio y temporalidad: Multiversos

Al abordar los temas científicos, uno de los más esenciales para la serie es el del Multiverso, esta hipótesis proveniente de las teorías del Big Bang o la expansión del universo, estudiada por investigadores de la Cosmología y la Astronomía, radica en la afirmación de que existen universos diferentes al propio. Ese término se ha usado para poder expandir la narrativa gráfica de los grandes emporios como Marvel o DC.

Con el paso de la trama, se especifica un sin fin de realidades donde los personajes interactúan, realizando conexiones con su familia e incluso otros yo. Esta explicación de su multiverso hace que los creadores puedan explorar otras maneras de llegar a su público, ya que al haber muchas duplas de Rick y Morty, pueden explicarse un sin fin de aventuras, expandiendo el universo de la serie a otras plataformas sin entorpecer el argumento de la serie de televisión.

4.3 Transmedia

4.3.1 Historias dentro de la Historia

Al empezar la producción de Adult Swim, se vio una oportunidad de hacer una serie en grande, expandiendo las posibilidades de su historia al tener dentro de su catálogo de series como *Baby Blues* (Kirkman, Jerry, 1990) que apareció a partir de un cómic y transformándose en una serie de animación o la creación de la serie *Aqua Teen Hunger Force* (Willis, 2000) que contó con una película.

En 2013, se estrenó la primera temporada de la serie, presentando a la familia disfuncional del universo C-137 y contando con 11 capítulos con 20 minutos cada uno. *Rick y Morty* se volvió poco a poco aclamada por los fans, por lo que se decidió realizar una aplicación de un juego de nombre *Jerry's game* y un cómic.

Aunque la serie es el canon oficial, el juego para dispositivos móviles crea una conexión entre la segunda temporada al ver a uno de los personajes jugándolo y, por otro lado, en el cómic se ven situaciones que no sucederán en la serie al

plantear las aventuras de un Rick y un Morty de otro universo (C-132) con nuevos villanos que complementan la interacción con los fanáticos.

Una parte interesante y que ayudó a que la serie prosiguiera con las siguientes dos temporadas, fue la interacción entre mismos fans, creando espacios de discusión en Reddit y otras plataformas donde se compartían teorías y fanfics de la serie y por otra parte, la interacción entre los creadores y los fans, ya que desde un principio, se realizó un evento premiere el 17 de noviembre de 2013, dos semanas antes del estreno a todo público, para que los creadores tuvieran una charla con el público y supieran la reacción que podría obtener la serie, es a lo que Jenkins se refiere a cómo los medios pueden tener un propio ritmo, espacio y tiempo para contar la historia, por lo que con ayuda de los consumidores, puede expandirse más el universo de la serie.

Gracias a que la serie televisiva explota la ciencia ficción y los temas científicos puede obtenerse muchas historias que conforman a la trama principal. Al hablar de multiversos puede expandir sus historias a múltiples plataformas, creando así una narrativa a la que conocemos como narrativa transmedia.

4.3.1.2 ¿Por qué *Rick y Morty* es una Narrativa Transmedia?

Muchos estudiosos como Scolari o Jenkins se han adentrado a las investigaciones de la narrativa transmedia, llegando a definirla como una gran historia que puede expandirse y, de igual manera, tener otras historias que conforman la trama a través de la multiplataforma y participación de los fans.

Rick y Morty, al ser una animación adulta, llega a mostrar a sus personajes y sus relaciones para conectar con la audiencia por medio de sus deseos, decisiones y problemas, ya que los co-creadores especifican problemas existenciales de cualquier humano con ayuda de la comedia.

Las experiencias de cada capítulo al mostrar una diferente aventura hacen que las audiencias sean parte de lo que observan al generar experiencias a través de lazos entre ellas y el contenido, por lo que participan en la creación de teorías y fanfics. Asimismo, consumen las otras narrativas en sus múltiples plataformas como cómics, videojuegos y aplicaciones.

Las aplicaciones como *Pocket Mortys* y el videojuego de realidad virtual provocan interactividad con el espectador, dándole una nueva experiencia a la de solo ver la serie en la televisión. De igual manera, el adentrarse a la lectura de los cómics, el usuario podrá distraerse con nuevas aventuras de los protagonistas a través de la lectura.

Al tener diferentes historias con una conexión con la historia principal (macrohistoria) y al obtener una cierta interacción con los fans, tiene las principales características para ser un mundo transmediático.

4.3.2 Herramientas transmediales

Las historias que crean la historia original se complementan con diversas plataformas y, por ende, hay diferentes herramientas transmediales que hacen que

las historias logren tener una consistencia para obtener una interacción en la historia principal, tal como se ve en la siguiente tabla:

Herramientas	Contenido
Macrohistoria	Al ser la historia principal, se toma en cuenta las aventuras de <i>Rick y Morty</i> , el abuelo y nieto, del universo C-137 de la serie de TV.
Historias Paralelas	Cómic volúmenes 1 y 2 de <i>Rick y Morty</i> .
Historias periféricas	Cómic volumen 3 en delante de <i>Rick y Morty</i> .
Adaptaciones póstumas	Especial de Día de los Inocentes 2018.
Promociones	Salsa Szechuan de McDonald's. Videos de música y animación de Adult Swim.
Avances	Tráilers de temporadas.
Interacción social	Participación de los fans en foros como Reddit y Amino y FANDOM.
Contribuciones reconocidas	Canciones, videos o imágenes realizadas por fans que llega a reconocer Adult Swim.
Interacciones influyentes	Teoría realizada por fan que aún se desconoce, pero que fue aceptada por los creadores como la más acertada de lo que ocurrirá en la serie.
Plataformas de conocimiento	Página oficial de Adult Swim. Wikis. App de enciclopedia de la serie.

Plataformas de opinión y expresión	Redes sociales de <i>Rick y Morty</i> , páginas de fans y aplicaciones dedicadas a expresar la opinión de la serie.
Trabajos Creativos	Teorías, videos, imágenes, además de aplicaciones para celular de wallpapers y ringtones creados por los fans.
Juegos interactivos	Partidas del videojuego en realidad virtual y los juegos para celular: <i>Pocket Mortys</i> y <i>Jerry's Game</i> .
Merchandising	<p>Libros, peluches, comida, ropa.</p> <p>Juegos de mesa: Existen versiones de la serie de: Monopoly, Operando, Clue, Risk, Munchkin y Crazy pawn.</p> <p>De igual manera, están los juegos creados a través de los episodios de la serie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Rick And Morty: Total Rickall Card Game.</i> • <i>Rick And Morty: Anatomy Park.</i> • <i>Rick And Morty: The Ricks Must Be Crazy.</i> • <i>Rick And Morty: Mr Meeseeks' Box O' Fun.</i> • Trivial Pursuit <i>Rick and Morty</i> Edition. • Pickle Rick Game.}
Actividades diversas	<p>Tienda sobre ruedas <i>Rick Mobile</i>.</p> <p>Eventos realizados para estrenar temporada de la serie donde interactúan creadores y fans.</p>

Tabla 4: Herramientas transmediales de la serie Rick y Morty a través de los textos de Ryan (2014) y Altarama, R., Tomás, N. (2018).

4.3.3 Explicación de los productos de *Rick y Morty* y su relación

Al explicar las historias, paso a explicar cada uno de los productos que hacen que el transmedia siga su curso:

Serie de televisión

Después de la transmisión de la primera temporada de la serie los domingos en Adult Swim, *Rick y Morty* sufrió crisis que ha afectado la realización de las temporadas siguientes por problemas de negociaciones con la televisora.

El 10 de mayo de 2018, el creador Justin Roiland anunció 70 episodios más de la serie, afirmando que la serie continuaría con una cuarta temporada, la cual se espera para finales del 2019.

Es importante mencionar que esta serie está disponible en la página de Adult Swim y en Netflix, por lo que hace que tenga más público cada día más, aunque todavía no se estrene la cuarta temporada y no se transmita en su canal original.

Temporada 1 (diciembre 2013- abril 2014)

Esta temporada consta de 11 episodios que presentan a los personajes de la familia disfuncional. La trama surge a partir de que Rick Sánchez, después de desaparecer 10 años de la vida de su hija Beth, regresa para convivir con la familia de ésta y lidia con sus aventuras en el universo C-137. En esta temporada se muestra el villano: Morty Malvado.

Temporada 2 (Julio 2015- octubre 2015)

Las aventuras de Rick y Morty continúan, pero ahora, al final de esta temporada, Rick Sánchez debe enfrentarse a todos los crímenes que ha cometido en toda su vida a través de los múltiples universos en los que coexiste, por lo que debe enfrentarse a la Federación Galáctica al mando de Tammy, una amiga de Summer, su nieta, quien finge ser la novia de su mejor amigo, Hombre Pájaro, buscando a Rick para su encierro.

Temporada 3 (abril 2017- octubre 2017)

Al finalizar la segunda temporada, muchos fans creyeron que sería el final de la serie al no saber qué le depararía al protagonista Rick Sánchez. Esta temporada tuvo un hiatus largo y para compensar la espera, los creadores y Adult Swim lanzaron por la página de internet de la serie y el canal de Adult Swim el primer capítulo de esta temporada en el Día de los Inocentes en Estados Unidos el 1 de abril de 2017.

Este episodio se emitió sin previo aviso y fue transmitido en la página de internet varias veces seguidas durante 24 horas, reuniendo 3 millones de espectadores. En cambio, en el canal de Adult Swim se transmitió a las 8 de la noche, reuniendo 676,000 a 5 millones de espectadores al transmitirse varias veces a lo largo de la noche.

El marketing realizado para este episodio logró tal popularidad del programa que el 30 de julio de 2018, McDonald's donó a la producción la Salsa Szechuan que Rick menciona en el primer capítulo de la tercera temporada.

Ese mismo día, se retomó la temporada hasta octubre, mostrando como Rick derrocó a la Federación y mostrando el regreso del villano de la primera temporada, Morty Malvado. También, hay un cambio en la serie, mostrando cómo la familia llega a cambiar los eventos ocurridos en las temporadas pasadas, Beth y Jerry deciden divorciarse y toda la familia tiene que lidiar con ese divorcio, al igual Morty Smith ha sufrido cambios en su actitud y manera de pensar de ser un chico nervioso a pasar a tener pensamientos de no pertenecer a ningún lugar.

Capítulo especial Día de los Inocentes (1 de abril de 2018)

Como parte de las festividades, Adult Swim lanzó un episodio especial dirigido con Michael Cusak y con diferente animación, se presentó una aventura de Rick y Morty en la que viajan a "Bendigo" en la búsqueda de un cubo verde.

Cómic (2015-)

En 2011, BOOM! y Cartoon Network iniciaron una relación para llevar a cabo cómics de sus series animadas como *Adventure time* (Ward, 2010) y *Regular Show* (Quintel, 2010), obteniendo una gran aceptación, llegando a realizar la continuación de la serie animada *Adventure Time* en cómics.

Adult Swim al ser parte de Cartoon Network abrió la manera de distribuir las historias de su plataforma, llevando a *Rick y Morty* a un cómic.

El cómic de *Rick y Morty* salió a la venta en abril del 2015, escrito por Zac Gorman y editada por Oni Press y desde entonces ha existido un número mensual que cuenta las aventuras de Rick Sánchez y Morty Smith.

En los primeros dos volúmenes, se muestran las aventuras del abuelo y su nieto del universo C-132 y a partir del tercer volumen, los comics intentaron retratar las aventuras fuera de la pantalla del universo C-137, ya que llegan a mencionarse referencias a eventos de la serie de tv. El cómic resultó una pieza para tranquilizar a los fans mientras la serie se encuentra en los hiatus de la serie de televisión.

Algunos de los cómics presentan una sencilla aventura y otros se conectan creando así una aventura que demuestre el combate con un villano. Tal es el caso de los primeros 10 cómics o primer volumen de la serie de cómics, donde los protagonistas se enfrentan al villano Morty Ciberpunk.

Aplicaciones

Hay muchas aplicaciones generadas por fans de la serie, con base en capítulos de la serie, algunas de ellas son:

- El 17 de mayo de 2017 es creada la aplicación *FANDOM de Rick y Morty* por FANDOM powered by Wikia, para el uso de los fans, ya sea para compartir tips, artículos o discusiones.

- 17 de junio de 2017, se crea *Interdimensional Amino para Rick y Morty* por Amino Apps, para la comunidad del fandom de la serie donde se puede chatear, compartir creaciones, noticias y contribuir en la creación de una enciclopedia de *Rick y Morty*.
- 20 de noviembre de 2017, *Rick Sánchez Quotes* por Patrick Studios, consiste en una recopilación de frases de la serie.
- 24 de septiembre de 2018, *Creador de memes- Rick Simulador de armas* por Minigreatapps, un simulador de portales para usarlo como cámara y poder editar fotos.
- 22 de marzo de 2019, *Characters for Rick and Morty* por Burak EKMEN, aplicación para conocer más a todos los personajes de la serie.
- El 20 de mayo de 2019 es lanzado *Rickww*, una aplicación lanzada por un usuario de nombre WeblyWork que consiste en una recopilación de wallpapers de la serie.
- 24 de junio de 2019, *Rickipedia* llega a Google Play por Blue Zephyr Mobile Apps LLC, siendo la guía no oficial de *Rick y Morty* realizada por fans.
- 30 de junio de 2019, *S fonfo di Rick Morty HD* por DarmsLuv, con el propósito de compartir imágenes para fondo de pantalla.
- 22 de julio de 2019, *Keyboard Theme for Rick and Morty 2019* por Kingkeyb, un fondo para el teclado del celular.}

Videojuegos

En 2014 se estrena para Android e IOs el juego para celular *Jerry's Game*, realizado por Big Pixel Studios y consta de explotar globos. Este juego se lanzó antes de la segunda temporada, en la cual se le ve al personaje Jerry jugando este juego.

En 2016 se lanza *Pocket Mortys*, realizado por la misma productora de *Jerry's Game*, de igual manera es lanzado como una aplicación/ juego para celular. Este se estrenó en el hiatus de espera de la temporada 3 y es una parodia del juego *Pokémon*, pero ambientado a la búsqueda de Mortys. Este tiene un modelo freemium que se adhirió a las historias de la serie al tiempo que se avanzaba la temporada. De igual manera, tiene un soporte para aumentar los ingresos del juego con la posibilidad de comprar boletos para comprar artículos extra y seguir jugando por más tiempo.

El videojuego *Rick and Morty: Virtual Rick-ality*, producido por Owlchemy Labs, fue lanzado para Microsoft Windows el 20 de abril de 2017 y en Playstation 4 el 10 de abril de 2018. El videojuego de realidad virtual data de resolución de acertijos siendo un clon de Morty.

Este videojuego en realidad virtual, causó conmoción entre los fans, generando video reacciones y gameplays a este videojuego.

Tienda rodante

El 11 de mayo de 2017 inicia el recorrido de la tienda rodante *Rick Mobile* por todos los Estados de EUA, estando en las convenciones de cómics y eventos relacionados

a *Rick y Morty*. Ésta es una tienda en forma del personaje Rick Sánchez que recorre Estados Unidos para la venta de productos de la serie.

Videos

Aunque no son Webisodios, Adult Swim ha usado las caras de Rick y Morty para realizar spots con diferentes tipos de animaciones con diferentes animadores que promocionan la serie.

Merchandising

El merchandising como los libros, peluches, comida y ropa han aparecido conforme los episodios de la serie. Como el caso del personaje “Pickle Rick”, que después de su aparición en la tercera temporada se comercializó la figura, taza, juego de mesa, playeras, peluches, etc.

De igual manera, se encuentra la versión de la serie de los juegos de mesa: Monopoly, Operando, Clue, Risk, Munchkin y Crazy pawn. Por otro lado, también se encuentran los juegos de mesa de la serie como “Anatomy Park”, “*Rick And Morty: Total Rickall Card Game*”, “*Rick And Morty: Mr Meeseeks' Box O' Fun*” y “Pickle Rick Game”, que hacen referencia a capítulos y personajes de la serie.

Gracias a la aportación de los fans, también hay mercancía creada por ellos como playeras, sudaderas, tazas, gorras y pinturas.

4.4 Cultura participativa en *Rick y Morty*

4.4.1 Interacción de los creadores con los consumidores

Los creadores han tenido una relación con los fans desde el principio de la serie con la creación de:

4.4.1.2 Eventos

Los eventos fueron realizados desde la premiere de la serie, donde llegan a reunirse con varios espectadores y al final de los capítulos llegan a platicar de algún tema de la serie o temática explorada en el capítulo visto.

Uno de los eventos más conocidos fue cuando se estrenó la tercera temporada, ya que se realizó un evento para la premiere de esta temporada y fue emitido en partes antes o después de cada capítulo que se emitía en *Adult Swim*.

También se revelaban algunos datos en convenciones como la Comic Con, evento realizado en EUA donde hay exposiciones de series como esta.

4.4.1.3 El uso del rompimiento de la 4 pared

La serie llega a explotar la cuarta pared en más de una ocasión.

De igual manera, los personajes principales como Rick Sánchez y su hija, Beth Smith llegan a romper la cuarta pared, ya que llegan a interactuar con el público al estar conscientes de que su existencia radica en ser una animación para un público adulto.

4.4.1.3.1 Rick y Beth como personajes que rompen 4° pared

Los personajes como Rick Sánchez y Beth Smith llegan a explotar este recurso en la serie al mencionar eventos pasados o volteando a ver al público y despedirse. De igual manera, en una ocasión, Beth Smith llega a referirse a la familia unida que se tenía “en la primera temporada de la serie”.

El rompimiento de la cuarta pared ha sido un motivo más de la creación de nuevas teorías de fans donde especulan que los personajes de la serie como Rick, saben que son solo una creación para una serie de televisión, por lo que pueden explicarse sus comportamientos y sus ideologías de no pertenecer a ningún lugar y no tener un propósito.

4.4.1.3.2 Personaje secundario: Mr. PoopyButthole

Mr. PoopyButthole es un personaje secundario que apareció por primera vez en la segunda temporada de *Rick y Morty* en el capítulo “Rickall total”, este solo apareció como un personaje secundario, creyéndose ser un parásito alienígena, pero resultado ser un amigo lejano de la familia Smith. Es de estatura pequeña, de piel amarilla. Usa una playera azul con shorts negros y un gran sombrero negro.

Este personaje hizo una aparición más en el final de la segunda temporada titulada “The Wedding Squanchers”, donde al final de los créditos el personaje se dirige hacia el público anunciando que la siguiente temporada iba a transmitirse en año y medio, siendo Justin Roiland la voz de este personaje, siendo así una interacción entre uno de los co-creadores y los fans.

Al ver el comportamiento de los fans exigiendo las temporadas con mayor rapidez, en el final de la tercera temporada, “The Rickchurian Mortydate”, vuelve a aparecer para explicarle al espectador que debe seguir con su vida y no solo estar exigiendo más capítulos de *Rick y Morty*.



Mr. Poopybutthole, publicada el 11 de octubre de 2017. En:

<https://www.inverse.com/article/46919-rick-and-morty-mr-poopybutthole-video-is-charming-as-hell>

4.4.2 De fans a prosumidores

4.4.2.1 El surgimiento del fandom y target de la serie

Al comienzo de las primeras temporadas, había poca aceptación de la serie, hasta que fue siendo reconocida poco a poco gracias a las plataformas como Netflix o Hulu, siendo 2007 el hit del programa, mostrando un aumento del 81% en la

audiencia durante la Temporada 2, según la página estadounidense HookOfficial.com.

Para el final de la tercera temporada, en 2017, de acuerdo con los datos de Nielsen live-plus-same day, alcanzó más de 1,52 millones de adultos de 18 a 34 años, que tanto Warner media como Adult Swim lanzaron un comunicado que confirma que Rick y Morty fue rankeado como el programa más visto para personas de 18-24 y de 18 a 34 años, siendo uno de los programas más populares de la televisión estadounidense.



Imagen de Twitter de Warner media, publicada el 26 de octubre de 2017. En:

<https://twitter.com/search?l=&q=Adult%20Swim%20Rick%20and%20Morty%20since%3A2017-10-01%20until%3A2017-10-31&src=typd>

Dado que el público del programa es un adulto joven y adulto, y que el programa es transmitido por una sección que entra en un canal de paga, sin

mencionar que la serie se encuentra en Hulu y Netflix, mismas que son plataformas de paga, se puede inferir que *Rick y Morty* tiene una audiencia con un nivel socioeconómico C en adelante, al ser un nivel medio, que tienen posibilidades de tener internet en casa y televisión de paga.

De igual manera, se encuentra el juego móvil, *Pocket Mortys*, en 2016, en la espera de la tercera temporada y siendo un hit en la tabla de iTunes a las pocas horas de su lanzamiento y teniendo más de 14 millones de descargas.

La tercera temporada inició meses antes, el 1 de abril, con una transmisión que registró más de 3 millones de visitantes en AdultSwim.com y para exagerar la multitud, la campaña de marketing para esta temporada, continuó con *Rick Mobile* para vender merchandising de la serie.

La serie ha sido catalogada como una producción audiovisual de culto, es decir que ha logrado una cierta relevancia en un grupo de seguidores que llegan a rendirle homenaje al llegar a ser una serie que realiza una crítica social con personajes y espacios raros, sin mencionar que llegan a tocar temas controversiales.

Los seguidores se convierten en prosumidores al tener contacto con las distintas narrativas de este producto. Es decir, pasan de ser un consumidor a poder ser un distribuidor, crítico, editor y creador de lo que ve. Los cuatro modelos de participación de prosumidores se observan a través de los rangos de popularidad de la serie, las opiniones y las creaciones de los fans que llegan a estar disponibles en medios sociales, estos pueden observarse en la siguiente tabla:

Modelo observativo	Modelo discursivo/argumentativo	Modelo lúdico - jugador	Modelo creativo/divulgativo
<ul style="list-style-type: none"> •Ranking de la serie: Comedia #1 vista por adultos de 18 a 34 años. 	<ul style="list-style-type: none"> •Debates: eventos creados para la transmisión de inicio de temporadas donde interactúan fans y creadores. •Comunidades de fans: Páginas en Reddit, facebook y fandoms. 	<ul style="list-style-type: none"> •Sincronizaciones: Frases y escenas de episodios para promocionar en las páginas de Adult Swim. 	<ul style="list-style-type: none"> •Falsos openings: comienzo no original como openings en formato anime. •Mashup: Imágenes y bandas sonoras como canciones junto a la banda Blonde Redhead. •Falsos avances: Avance de episodio 7 de la temporada 3.

Tabla 5: Modelos de contenido generado por el usuario través de la investigación de los usuarios de Guerrero (2014) y la narrativa transmedia de *Rick y Morty*.

4.4.2 .3 Teorías de Reddit y como los creadores afirmaron una de ellas

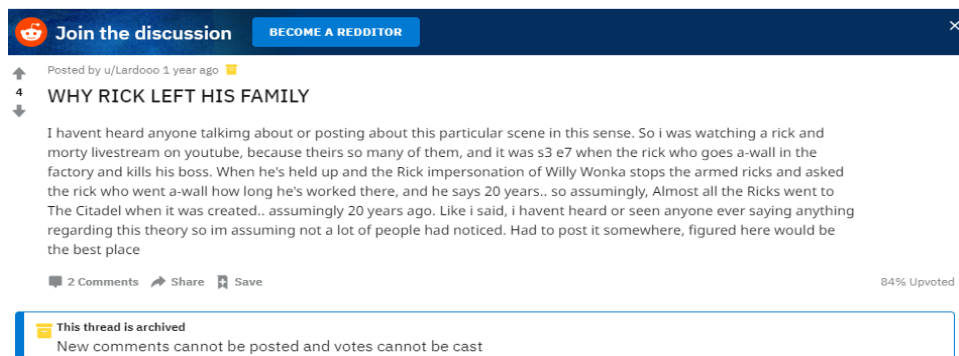
La serie ha tenido bastante actividad de los fans, ya que ellos han creado diversos fanfics, imágenes, videos y teorías, las cuales son publicadas en distintos espacios como los foros, ya sean por grupos de Facebook, Taringa o el más conocido, Reddit.

Reddit es una plataforma social que consiste en el sexto sitio más visitado del mundo, contando con 542 millones de usuarios por mes. Es un agregador de contenido que, en 2016, *Pew Research Study* realizó una encuesta y determinó que

sus usuarios eran de un 67% hombres y un 64% con edades entre los 18 y los 29 años.

Hay aproximadamente 10 canales con la temática de la serie, donde se comparten ideas, imágenes, canciones y teorías relacionadas con la serie, el canal principal “rickandmorty” tiene alrededor de más de un millón de suscriptores y el de teorías llamado “rickandmortytheory” un aproximado de 3 mil.

Hay un sinfín de teorías, una de las más famosas radica en el personaje Rick Sánchez, quien es el coprotagonista de la serie y que ha tomado una gran relevancia por su comportamiento en la serie, al ser la persona más lista del universo, alcohólico y con pensamientos depresivos y manipuladores, que hacen que puedan transformarlo a tal punto de ser grosero y egocéntrico. Este comportamiento es justificado porque es mencionado que estuvo en una guerra intergaláctica y que en un punto perdió a su familia o eso es lo que muchos fans creen, es por eso que se realizan teorías apuntando al por qué es así su comportamiento. Un ejemplo de ello podemos verlo en la siguiente teoría de un usuario:



The screenshot shows a Reddit post interface. At the top, there is a dark blue banner with the text "Join the discussion" and a button "BECOME A REDDITOR". Below this, the post is attributed to "u/Lardooo 1 year ago". The title of the post is "WHY RICK LEFT HIS FAMILY". The main text of the post discusses a theory about Rick's past, mentioning a scene from the show where Rick goes a-wall and is later impersonated by Willy Wonka. The post has 2 comments, a share icon, and a save icon. On the right side, it says "84% Upvoted". At the bottom, there is a light blue box with a warning icon and the text "This thread is archived. New comments cannot be posted and votes cannot be cast".

Imagen de Reddit, un usuario comenta una teoría. El 10 de julio de 2019. En:

https://www.reddit.com/r/rickandmortytheory/comments/7i4u4i/why_rick_left_his_family/

La traducción de la teoría del fan en Reddit es la siguiente:

‘¿Por qué Rick dejó a su familia?’

No he escuchado a nadie hablar o publicar sobre esta escena en particular en este sentido. Así que estaba viendo una transmisión en vivo de Rick and Morty en YouTube y vi el episodio 7 de la temporada 3, cuando el Rick que se revela en la fábrica y se va a un cuarto y mata a su jefe. Cuando está detenido y la imitación de Willy Wonka por Rick detiene los Ricks armados y le pregunta al Rick quién se fue al cuarto, cuánto tiempo ha trabajado allí, y dice 20 años. Así que, casi todos los Ricks fueron a la Ciudadela cuando fue creado, supuestamente hace 20 años. Como he dicho, no he escuchado ni visto a nadie que haya dicho nada con respecto a esta teoría, así que supongo que no mucha gente lo ha notado. Tenía que publicarlo en algún lugar, imaginado que aquí sería el mejor lugar’.

Por el otro lado, otro de los personajes en la que recaen más teorías es Evil Morty o el Morty Malvado, quien aparece en el capítulo 10 de la primera temporada “Close Rick.Counters of the Rick Kind” y que retoma su aparición en el capítulo siete de la tercera temporada “The Ricklantis Mixup” o “Tales from the Citadel”. Este personaje ha demostrado un gran odio hacia Rick Sánchez y representa uno de los villanos más fuertes que Rick y Morty deberán enfrentar. Al demostrar un gran odio hacia el abuelo, muchos seguidores han realizado bastantes teorías acerca de su origen y juntando otras teorías para complementar su historia. Las expectativas subieron para realizar más teorías cuando Dan Harmon afirmó que una de las teorías era cierta y que probablemente en algún punto de la serie se dará a la luz.

r/rickandmortytheory · Posted by u/peweeseenpai 4 months ago

EVIL MORTY ORIGIN THEORY

spoiler



I came up with this theory that explains the origin of evil Morty from a clip of Season 1 Episode 1 of Rick and Morty. This might sound absurd but on a scene where Rick left Morty to get the vaccine that will fix Morty's broken leg, it took Rick so long before getting back to the dimension where Morty is. The view was focused on Morty where I came up with the idea of the creators which are 1.) They want to show the time interval of how long Morty waits to support the another idea which is 2.) They don't want to show what Rick does. After getting back of Rick and fixing Morty, he told a story that the antidote came from another dimension where everybody is young and he was a like a celebrity and he also said that the portal gone ran out of power . We all know that every detail in Rick and Morty are full of sidestories or hidden messages that are important. That's where I concluded that Rick took a long time in the said dimension and then came back to another dimension which is closest before he left Morty in both space and time. This is ridiculous as it may seem but maybe in the future Rick will be shown to have access to time dimension. From our perspective of episode 1, it may seem that the Morty we're observing when Rick left is in the same dimension but in this theory, it's 2 segments from different dimensions that were merged together. Then Rick went back to the other similar Universe where we watched the show. The other dimension that was left behind was the world of the original Morty that became the Evil Morty. That Morty hated Rick so much that he somehow manages to be a genius using the seed and unlocked its potential. Then there begun the Evil Morty that seeks out revenge to Rick.

2 Comments Share Save Hide Report

81% Upvoted

Imagen de Reddit, teoría de Morty Malvado hecho por un fan, el 26 de julio de 2019. En:

https://www.reddit.com/r/rickandmortytheory/comments/9u1szp/evil_morty_origin_theory/

La traducción de la teoría de Morty Malvado realizada por un fan es la siguiente:

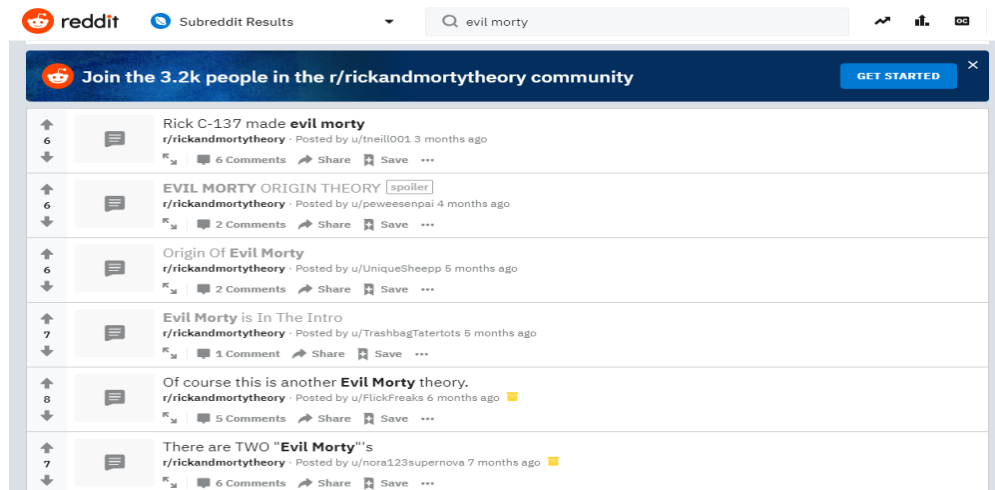
'Se me ocurrió esta teoría que explica el origen del Morty Malvado a partir de un clip del episodio 1 de la temporada 1 de Rick y Morty. Esto puede parecer absurdo, pero en una escena en la que Rick dejó a Morty para recibir la vacuna que arreglará la pierna rota de

Morty, le tomó mucho tiempo antes de regresar a la dimensión donde está Morty. La vista se centró en Morty, donde se me ocurrió la idea de los creadores, que son:

1.) Quieren mostrar el intervalo de tiempo en el que Morty espera para apoyar la otra idea, que es.

2.) No quieren mostrar lo que hace Rick Después de regresar de Rick y de arreglar a Morty, contó una historia que el antídoto venía de otra dimensión donde todos son jóvenes y era como una celebridad, y también dijo que el portal se quedó sin poder. Todos sabemos que cada detalle en Rick y Morty está lleno de sidestories o mensajes ocultos que son importantes. Ahí es donde llegué a la conclusión de que Rick tomó mucho tiempo en dicha dimensión y luego regresó a otra dimensión que está más cerca antes de dejar a Morty tanto en el espacio como en el tiempo. Esto puede parecer ridículo, pero tal vez en el futuro se demuestre que Rick tenga acceso a la dimensión temporal. Desde nuestra perspectiva del episodio 1, puede parecer que el Morty que estamos observando cuando Rick se fue está en la misma dimensión, pero en esta teoría, son 2 segmentos de diferentes dimensiones que se fusionaron. Luego Rick volvió al otro Universo similar en el que vimos el espectáculo. La otra dimensión que quedó atrás fue el mundo del Morty original que se convirtió en el Morty malvado. Que Morty odiaba tanto a Rick que de alguna manera logra ser un genio usando la semilla y desbloquea su potencial. Luego comenzó el Morty malvado que busca vengarse de Rick'.

Los creadores como distintos personajes involucrados en la producción, han explicado que no se disfruta mucho la serie al hacer teorías o leerlas, ya que se pierde un poco el sentido de la serie, al ser una serie en la que todo puede suceder, al tener un sinnúmero de universos y personajes que explorar. Aun así, los fans siguen comentando sus teorías en la búsqueda de la verdadera historia de su villano favorito.



Reddit, Teorías en Reddit de Morty Malvado, el 26 de julio de 2019. En:

https://www.reddit.com/r/rickandmortytheory/search?q=evil%20morty&restrict_sr=1

4.4.3 De Fans al “fandom tóxico”

4.4. 3.1 ¿Qué piensan los creadores de los Fans?

Dan Harmon y Justin Roiland han estado conscientes del poder del fandom en *Rick y Morty*. En el caso de Dan Harmon, han cambiado su perspectiva de muchos capítulos de la serie, pero por el otro lado, él considera que en cierta forma “arruinan” el show, al llegar a realizar actos como el acosar a las guionistas de la serie al acusarlas de arruinar la serie, fans que acosaron a empleados de McDonald’s por salsa Szechuan. Con este último caso, Dan Harmon y Justin Roiland llegaron a pedirle a los fans que se tranquilizaran.

Según los creadores, las partes por las que el fandom se identifica con el show son las características que los directores exponen de la toxicidad del mundo a través de sus personajes principales.

El personaje principal, Rick Sánchez, se presenta como el hombre más poderoso del multiverso, pero tiene su lado negativo al ser egocéntrico, alcohólico, narcisista y emocionalmente abusivo. Los fans quieren ser él y actuar como el al verlo como un modelo a seguir, por lo tanto, el poder de un personaje animado de televisión puede cobrar un nuevo culto entre los adultos jóvenes hoy en día.

De igual manera, Dan Harmon asegura que los fans sencillamente buscan proteger la serie, pero lo hacen porque creen que les pertenece y no por disfrutar la serie:

‘Estas perillas, quieren proteger el contenido que piensan que poseen – y de alguna manera combinar eso con su necesidad de estar orgullosos de algo que tienen, que a menudo es sólo su raza o género. Esto es ofensivo para mí como alguien que nació hombre y caucásico, y que trabajo mucho más duro que ellos, que haya algunos hombres caucásicos tratando de promover una agenda espeluznante «protegiendo» mi trabajo. No oculto que detesto a estas personas. Son una mierda. Y lo único que puedo decir es que, si tienes la suerte de hacer un show que es realmente bueno, que a la gente le gusta, eso significa que a algunas personas malas les va a gustar también. No todos los que ven el show tienen sentido común. Y estoy hablando por mí mismo – No quiero que el programa tenga una postura política. Pero al mismo tiempo, individualmente, estos [acosadores] no son políticos y no representan la política. Representan algo de mierda que probablemente creí cuando tenía 15 años’ (Harmon en: A, 2018).

4.4. 3. 2 Actividades nocivas del fandom

4.4. 3.2. 1 Tercera temporada: Salsa Szechuan

Un caso entre los fans como prosumidores fue después de abril de 2017, cuando se estrenó el primer capítulo de la tercera temporada. En este capítulo se muestra

a Rick Sánchez hablando acerca de la salsa Szechuan, una salsa que promocionó McDonald's en 1998 a causa del estreno de la película de Disney *Mulan*.

El personaje llega a mencionar a esta salsa como la causa de todas las aventuras de Rick y Morty, por lo que los prosumidores decidieron realizar una petición en Change.org, una organización que se dedica a ser intermediaria entre peticiones de fans, así como peticiones para que se cumplan los derechos humanos. En esta página, solicitaron a McDonald's regresar la salsa.

Para julio de ese mismo año, McDonald's regaló a la producción de *Rick y Morty* unos cuantos litros de la salsa y anunció un día de *Rick y Morty* donde se vendería la salsa para todo público el 7 de octubre. Este día, fans acudieron a locales de esta franquicia agotando las existencias, esto provocó alboroto en las puertas que hasta policías tuvieron que intervenir. Otros seguidores de la serie decidieron vender su auto, comprarla por más de veinticinco mil dólares en Ebay.

En febrero de 2018, McDonald's vuelve a lanzar la salsa Szechuan y para su mercadotecnia decidieron hacer 3 podcast explicando lo sucedido anteriormente para evitar disturbios.

4.4. 3. 2. 2 Sexualización de personajes y acoso a escritoras

Los fans, al apropiarse de la narrativa y ser jóvenes adultos- adultos, se sexualiza al personaje utilizando lo que se le conoce como "la regla 34", que apareció por primera vez en 2003, en un webcómic de Peter Morley-Souter con una parodia

pornográfica de *Calvin y Hobbes*. Con esta regla hecha por los consumidores, puede observarse personajes de series animadas, cómics y algún otro audiovisual en actores de escenas pornográficas.

Estas imágenes y videos pueden observarse en comunidades o foros en línea en el que denigran a los personajes femeninos, facilitando la polémica entre fans, creadores y posible público del producto.

De igual manera, otra de las polémicas entre fans y creadores fue el hostigamiento hacia trabajadoras de la producción de *Rick y Morty* en 2007, donde la serie recibió atención debido al acoso que llegaron a presentar sus guionistas, ya que, según los fans, ellas arruinaban el show. Jane Becker y Jessica Gao fueron afectadas al ser acosadas en twitter sino, además, su información personal fue puesta en línea.

En Reddit, muchos fans crearon páginas para comunicar sus comentarios acerca del tema, por lo que Dan Harmon, uno de los co-creadores de la serie, llegó a manifestarse acerca de los fanáticos y recalando que la serie era hecha por Dan Harmon y Justin Roiland, no del público.

↑ r / rickandmorty · Publicado por u / VeryConfusedOne hace 1 año

9 ↓ Los nuevos escritores están arruinando el espectáculo.

Discusión General

Como sabrán, hay nuevos escritores en el equipo. Específicamente, los episodios 2, 3 y 4 han sido escritos por Jane Becker, Jessica Gao y Sarah Carbiener y Erica Rosbe respectivamente.

En mi opinión, todo esto está tan por debajo de la media por escrito que los llamaría algunos de los peores que el programa tiene para ofrecer. Todas las explicaciones en exceso, centradas en cosas aburridas, chistes malos, ideas mediocres ... Simplemente no están en el nivel de calidad que he llegado a amar. Y poco a poco iba perdiendo la esperanza. Y luego vino el episodio 5.

Episodio 5 es probablemente, junto con 1, el mejor de la temporada hasta ahora. Se siente como los episodios más antiguos y tiene una gran escritura.

En serio, por lo que veo, estos nuevos escritores están haciendo el espectáculo "bueno" en el mejor de los casos, cuando siempre ha estado muy por encima de eso.

¿Estás de acuerdo?

24 Comentarios Compartir Salvar Esconder Informe

56% upvoted

ADVERTISEMENT

Los nuevos escritores están arruinando el espectáculo: rickandmorty. El 12 de junio de 2019. En:

https://www.reddit.com/r/rickandmorty/comments/6v1b3u/the_new_writers_are_ruining_the_show/

844 ↓

Esta charla de "escritoras que arruinan el programa" realmente necesita ser abordada

Discusión General

Como alguien que está persiguiendo activamente una carrera en la redacción de televisión y ha hablado con muchas personas dentro de la industria, solo quiero decir que estoy realmente molesto por lo ignorante que está la gente sobre cómo se escribe la televisión. Mucha gente aquí no tiene idea de cómo funciona la dotación de personal o la sala de un escritor.

Mire, ya sea que ame u odie la nueva temporada de Rick y Morty, Justin Roiland y Dan Harmon no contrataron escritores solo SOLAMENTE porque eran mujeres; fueron contratados porque Justin y Dan leyeron una MUESTRA DE ESCRITURA de ellos que: A. realmente, me refiero a REALMENTE me gustó y B. (Y esto es importante) PROBÓ QUE PODRÍAN ESCRIBIR ESO ESPECÍFICO ESPECÍFICO. Nunca productores, NUNCA se conforma con la mediocridad cuando hay personal. Estos puntos fueron GANADOS. Dan y Justin no solo estaban en la calle buscando mujeres al azar para escribir para el programa porque querían diversidad. Estas mujeres entraron porque sus escritos les patearon el culo.

También es muy importante mencionar que Dan y Justin siguen siendo los guardianes del espectáculo. Después de todo, son los creadores del programa, por lo que todo lo que se incluye en cada episodio es analizado por ellos antes de que salga el programa. Por lo tanto, es muy falso decir que las mujeres arruinaron el programa considerando lo masiva que es la supervisión de los creadores del programa. No se debe mencionar el hecho de que, aunque a un escritor todavía se le asigna una cierta historia, TODOS los escritores (incluidos los hombres) se reúnen durante las lecturas para crear chistes, escenas, diálogos, etc.

Esta charla sobre "escritoras que arruinan el programa" realmente necesita ser dirigida: rickandmorty. El 12 de junio de 2019. En:

https://www.reddit.com/r/rickandmorty/comments/6u25du/this_female_writers_ruining_the_show/

4.4. 3. 2. 3 Superioridad de Fans

En los medios sociales, los fanáticos llegaron a expresar que se debería de tener un alto coeficiente intelectual para poder entender *Rick y Morty*, teniendo como argumento el humor, el sólido conocimiento de física teórica y filosofía. Un ejemplo de esto lo encontramos en foros donde llegan a expresarse de la siguiente manera:

‘Para ser sincero, debes tener un coeficiente intelectual muy alto para entender a Rick and Morty. Su humor es extremadamente sutil, y sin un sólido conocimiento de física teórica el espectador medio pasará por alto la mayoría de los chistes. También está la perspectiva nihilista de Rick, que ha sido hábilmente arreglada a su caracterización -su filosofía personal se basa en gran medida en la obra literaria de Narodnaya Volya-. Los fans entienden todo esto; tienen la suficiente capacidad intelectual para apreciar la profundidad de esos chistes, de darse cuenta de que no son solo divertidos, también dicen algo profundo sobre la vida. En consecuencia, todas las personas a las que no les gusta Rick and Morty. Son realmente idiotas -por supuesto, jamás apreciarían, por ejemplo, el humor en la frase existencial de Rick “Wubba Lubba Dub Dub”, que se trata de una referencia críptica a la novela épica *Padres e hijos* de Turgenev-. Estoy sonriendo ahora mismo solo de imaginar a uno de esos estúpidos malhumorados rascándose la cabeza, confundido, mientras la genialidad de Dan Harmon se despliega en sus pantallas de televisión. Que tontos... como los compadezco [emoticono llorando de risa]. Y sí, por cierto, tengo un tatuaje de Rick and Morty. Y no, no lo podéis ver. Es solo para las chicas, y aun así deben demostrar que están a menos de 5 puntos de mi coeficiente intelectual (preferiblemente por debajo). Nada personal, chico [emoticono sonriente con gafas de sol]’ (Renton, 2018).

Este comentario es uno de los más divulgados en las redes, que abarcan desde Twitter, Facebook, Reddit e Instagram. Su viralidad se esparció por toda la red y mostrando superioridad apuntando al coeficiente intelectual y masculinidad o machismo.

Para concluir este apartado, cabe rescatar que el fandom tiene una interacción a partir de consumir el producto audiovisual y llega a tener su lado positivo, con la ejecución de nuevas narrativas a partir de la obra a tratar. Por el otro, el lado negativo, que resalta el fandom tóxico, siendo un fenómeno que ocurre tanto en modo presencial tanto como en las redes sociales, donde llegan a presentarse diferencias de opinión que llegan a producir problemas en el sector de fans ya sean de machismo, discriminación, acoso, etc.

CONCLUSIONES

Una vez terminado el análisis del presente trabajo, puedo llegar a una conclusión que afirma mi objetivo al enfatizar a la serie *Rick y Morty* como una narrativa digital, un transmedia que expande la historia hacia otras plataformas y, con base en esta narrativa, los consumidores llegan a transformarse en prosumidores.

Entre los objetivos particulares, logré definir a las narrativas transmedia a partir de los principales autores: Scolari y Jenkins, delimitando sus características y sus herramientas transmediales, es decir, como la macrohistoria de una plataforma crea sus ramificaciones hacia otras plataformas, expandiendo el universo. Para cumplir estos objetivos, analicé los productos y la interacción de la comunidad de los fans de *Rick y Morty*, en el que se llegó a esclarecer como el seguidor colabora a la narrativa y, a su vez, puede tener comportamientos “tóxicos”.

La hipótesis de esta investigación se cumple con la observación de las acciones del fandom, la interacción de los consumidores y productores puede generar prosumidores y llevar a cabo la cultura de la colaboración, pero que pueden provocar otras acciones que conllevan a los anti-valores al apropiarse de la serie, ya sea del universo de historias que se le presenta como de la apropiación del comportamiento de los personajes.

Por lo tanto, es importante subrayar que las nuevas tecnologías han permitido la interacción entre los usuarios y para los productos audiovisuales, consiguiendo ventajas de ellas al abrir nuevas posibilidades de contar una historia a través de las distintas plataformas hoy en día, es a lo que Manovich recalca con los principios básicos de las interfaces para los medios de comunicación que

conlleven el proceso de innovación tecnológica y cultural impactando en las industrias de entretenimiento y a su recepción.

Con esta reflexión, cabe destacar el estudio de la narratología, la cual se ha tomado en consideración para la realización de productos, no tan solo literarios, sino ahora cada vez más digitalizados, permitiendo que sean adaptados para el propósito a convenir. En el caso de *Rick y Morty*, se observa como su co-creador, Dan Harmon, adapta el monomito de Campbell para la realización de cada uno de los capítulos de la serie, permitiendo crear una aventura por cada capítulo, pero creando una trama para toda la macrohistoria que abarcará el producto audiovisual.

Por ende, para una narrativa digital, puede adaptarse a la narratología literaria para alcanzar una buena trama, pero, por otro lado, es necesario crear nuevas herramientas narratológicas para dar el salto a lo digital y así poder adaptarse a nuevas tecnologías sociodigitales que van surgiendo. Esto daría el resultado de mejorar la conexión entre las narrativas, al enfocarse al plano de los medios y plataformas sociales para tener control en las acciones del fandom y así, crear una mayor interactividad y conversación productor/consumidor.

En este sentido convendría implementar embajadores digitales por país para tener un mayor control del fandom y una narrativa pensada en la interacción personaje/consumidor, es decir, explorar la posibilidad de que los personajes principales tengan sus propias redes sociales.

Los autores enfocados en la transmedia recomiendan que para la creación de las narrativas transmedia es necesario que desde un principio se tome en cuenta como llegará a formarse el universo transmediático y que plataformas se usarán

para contar la macrohistoria y facilitar el desenvolvimiento del universo que se le presenta al consumidor. Por otra parte, con la investigación de esta serie, llega a demostrarse que, aunque si es necesario tener una estructura ante la realización de los productos de la serie, es vital reconocer que ésta podrá expandirse con ayuda de la popularidad, el planteamiento del multiverso y la actividad de los fans. Por lo que la narrativa puede expandirse a través de historias creadas por el fandom/prosumidor con las posibilidades de interacción sociodigital y, de igual forma, debe considerarse una posible contingencia ante la solicitud de expandir el producto, aunque éste ya tenga un resolutivo.

Por otro lado, la cultura fan junto con las nuevas tecnologías, ayuda a reconocer un reino de fans con base en el término fandom, al crear grupos de seguidores de diferentes partes del mundo con un propósito en particular: el ser consumidores o prosumidores de su serie favorita. Estas comunidades adoptan ciertas ideologías o lenguaje de la obra audiovisual que llegan a generar lo que se le conoce como transculturalidad, al ser una transición hacia la apropiación de identidades de la cultura que se presentan. *Rick y Morty*, se presenta la cultura americana con un toque intergaláctico, a partir de la ciencia ficción, así vemos a fans hablando con términos como “Wubba Lubba Dubdub” o se da un nuevo significado a “paz entre los mundos”.

La interactividad entre el fanático y el productor también tiene el otro lado de la moneda, ya que, al aumentar las posibilidades comunicativas, los grupos de fans pueden apropiarse el comportamiento del personaje principal, exigir a los productores

y guionistas nuevos episodios a tal punto de llegar a acciones como la misoginia o racismo, y hacer todo lo posible por conseguir algún artículo de su producto audiovisual favorito.

Asimismo, se debe de tomar a consideración la creación del personaje, ya que al ser una animación adulta, el comportamiento de los personajes porque estos suelen presentar expresiones que no son agradables para todo público, se han suscitado eventos en los que los fans apropian estos comportamientos e incluso intentan apropiarse de la narrativa, por lo que llega a reconocerse como “tóxico”.

En el fandom tóxico, es importante señalar que no hay mucha investigación de estos fenómenos que, en la actualidad, son cada vez más comunes en el mundo de la animación o de diferentes productos como series live action e incluso, telenovelas o películas, como es el caso del fandom del Universo Cinematográfico de Marvel, series como *Steven Universe* o el caso de esta investigación, *Rick y Morty*. Es comprensible que es un área de oportunidad para continuar con las investigaciones de recepción del público y seguidores de productos audiovisuales. Sin mencionar su participación en entornos interactivos, como es el caso del sitio web: Reddit.

Por tanto, el fandom demuestra que las comunidades de fans no son homogéneas al presentar aportaciones, pero, de igual manera, diferencias en la apropiación de los productos al llegar a apropiarse la imagen de los personajes principales o en su caso, apropiarse de la narrativa para su explotación personal.

Con esta investigación se puede considerar que el fandom, al momento de llevar a sus límites puede provocar o presentar problemas de machismo, discriminación o acoso, que hace ver a mal a sus seguidores a tal punto de que se llegue a cancelar la obra audiovisual, es decir, se considera una mala manera de expresarse ante un producto, que, de alguna u otra forma, con la apropiación de los personajes y narrativa, alguna persona va a comportarse de tal manera, pero será su decisión el seguir el juego o solo demostrar su fanatismo con la compra de artículos y creación de contenido que no afecte a nadie.

Actualmente la animación adulta ha estado en constante crecimiento gracias a que el público al que va dirigido es de 18 a 35 años, por lo que permite observar un crecimiento tanto en su consumo como en la participación en medios sociales, esto permite observar con más claridad la interactividad entre el consumidor y el productor.

Rick y Morty es una clara explicación de estas actividades al ser una serie de culto y obtener un alto grado de fanatismo entre sus consumidores y ser catalogados como uno de los fandoms más tóxicos en la actualidad, por lo que es una serie digna de ser estudiada ya que los fans enloquecen cada día más en la espera de una nueva temporada.

FUENTES DE CONSULTA

- Adult Swim. (2019). *Rick y Morty Origins parte dos | Rick y Morty | Adult Swim [Video]*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=RLQPgnHhOjw>
- Alexander, J., y Kuchera, B. (2019). *Cómo una broma de Rick y Morty llevó a una controversia de la salsa Szechuan de McDonald's*. Obtenido de: <https://www.polygon.com/2017/10/12/16464374/rick-and-morty-mcdonalds-szechuan-sauce>
- Altarama, R., Tomás, N. (2018). *Narrativa transmedia y mundos transmediales: Una propuesta metodológica para el análisis de un ecosistema mediático, caso Civil War*. *Revista de Comunicación*. 17. 34-56. 10.26441/RC17.1-2018-A2.
- Álvarez, R. (2018). *Es oficial: 'Rick y Morty' estará de vuelta con 70 nuevos episodios... Sí ¡SETENTA!* Obtenido de: <https://www.xataka.com/cine-y-tv/es-oficial-rick-y-morty-estara-de-vuelta-co%20n-70-nuevos-episodios-si-setenta>
- Arrontes y Barrera (n.d.). *Características de los prosumidores*. [online] Creatibo. [arrantesybarrera.com](https://creatibo.arrantesybarrera.com). Obtenido de: <https://creatibo.arrantesybarrera.com/blog/3-caracteristicas-los-prosumidores>
- Arros, F. (2018). *Dan Harmon dice que McDonald's recibió el peor castigo por la salsa Szechuan*. Obtenido de: <http://mouse.latercera.com/salsa-szechuan-dan-harmon-mcdonalds/>

- Banegas Martí, A. (2014). *La frontera entre el cine clásico y el éxito de taquilla: el universo Star Wars*. Obtenido de: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/47568/memoria.pdf.pdf?sequence=1>
- Barrera Luna, R. (2013). *El concepto de la Cultura: definiciones, debates y usos sociales*. Barcelona: *Publicación digital de Historia y Ciencias Sociales*. Obtenido de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5173324>
- Barrero, M. (2012). *De la viñeta a la novela gráfica. Un modelo para la comprensión de la historieta en Narrativa gráfica Los entresijos de la historieta* (1st ed.). México: UAM. Obtenido de: <http://www.uam.mx/casadelibrosabiertos/libroselectronicos/NarrativaGrafica/%20narrativagrafica/asset>
- Bordieu, P. (1980). *The Aristocracy of Culture*. SAGE Journals. Obtenido de: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/016344378000200303>
- Bordwell, D., & Thompson, K. (2007). *El arte cinematográfico*. Barcelona: Paidós.
- Boyd, J. (2018). *¿Qué es y en qué consiste la plataforma Reddit? - Brandwatch*. Obtenido de: <https://www.brandwatch.com/es/blog/que-es-reddit/>
- Campbell, Joseph (1992). *El héroe de las mil caras*. Madrid: FCE de España.
- Canet Centellas, F., & Prosper, J. (2010). *Narrativa audiovisual*. Madrid: Síntesis.

- Cebrian, M. (1983) *Fundamentos de la teoría y técnica de la información audiovisual*. Madrid: Mezquita.
- *Co-creador de Rick y Morty critica a los trolls que atacan a sus escritoras* | Mulier. (2018). Obtenido de: <http://mulier.ca/rick-y-morty/>
- Crisol, L. (2017). *¿Cuál es la "Regla 34" de Internet?* Obtenido de: <https://www.elgrupoinformatico.com/cual-regla-internet-t38601.html>
- Crupi, A. (2017). *Caso espacial: 'Rick and Morty' reina por encima de la demo 18-34*. Obtenido de: <https://adage.com/article/media/rick-m/310745/>
- Sketchok. (2018). *Beth Smith* [Imagen]. Obtenido de: <https://sketchok.com/cartoon-characters/rick-and-morty/how-to-draw-beth-smith-from-rick-and-morty>
- De Juan Palomino, L. (2014). *Escritura creativa: El orden del relato, Ab Ovo, En Media Res, En Extrema Res*. Revista Digital De Junta Castilla Y León. Obtenido de: http://revistas.crfptic.es/revista_digital_hemeroteca/index.php?option=com_content&view=article&id=2908&catid=81&Itemid=5
- Douglas, Pamela (2011). *Writing the TV Drama Series. 3ª. Edición: How to succeed as a professional writer in TV*. Michael Wiese productions.
- Eagleton, T. (2001). *La idea de Cultura*. Paidós. Barcelona.
- Escobar, J. (2017). *Rick y Morty estrenaron el primer capítulo de la tercera temporada* - *Cultura Geek*. Obtenido de: <http://culturageek.com.ar/rick-and-morty-estreno-sorpresa-tercera/>

- Esta charla sobre "escritoras que arruinan el programa" realmente necesita ser dirigida: rickandmorty. (2018). Obtenido de: https://www.reddit.com/r/rickandmorty/comments/6u25du/this_female_writer%20s_ruining_the_show
- Festival de XOXO. (2012). *Dan Harmon, Comunidad - Festival XOXO* [Video]. Obtenido de: https://www.youtube.com/watch?v=ej_aFOnt04g
- Fisher, Walter R. (1989). *Human Communication: Hacia una Filosofía de Razón, Valor y Acción*. Colombia: universidad de Prensa de Carolina del Sur.
- Fiske, J. (2018). *The Adoring audience: fan culture and popular media*. (1st ed., pp. 30-49). Estados Unidos.
- Sketchok. (2018). *Rick Sánchez* [Imagen]. Obtenido de: <https://sketchok.com/cartoon-characters/rick-and-morty/how-to-draw-rick-sanchez>
- García, J. (1998). *Acción, relato, discurso*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- García, J. (2018). *La teoría narrativa del videojuego: Intertextualidad, Hipertexto y videojuego*. Revista Laboratorio, (N ° 18). Obtenido de: <http://revistalaboratorio.udp.cl/wp-content/uploads/2018/08/Jos%C3%A9-Garc%C3%ADa-Hern%C3%A1ndez.pdf>
- Garfias, J. (2004). Análisis narratológico de Castlevania: para la obtención de un modelo argumental en videojuegos / tesis que para obtener el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. UNAM.

- Gaudette, E. (2017). *How 'Rick and Morty' season 3 became the #1 comedy on tv*. Obtenido de: <https://www.newsweek.com/rick-and-morty-season-4-adult-swim-673721>
- Genette, G. (1972). *Discurso del relato: Ensayo de Método*. (1st ed.). Paris: Editions du Seuil.
- Genette, G. (1989). *Palimpsestos*. Madrid, Taurus.
- Goellner, C. (2019). *¡Auge! Anuncia First Look Comic Deal con Cartoon Network*. Obtenido de: <http://comicsalliance.com/boom-first-look-comic-book-deal-cartoon-network/>
- Gómez, H. (2018). *Fans, jóvenes y audiencias en tiempos de la cultura de la convergencia de medios. A dos décadas de Textual Poachers, de Henry Jenkins*. Obtenido de: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/19_Gomez_M75.pdf
- Gordillo, Inmaculada. (2009). *Manual de Narrativa Televisiva*. Síntesis.
- Guerrero, M. (2014). *Webs televisivas y sus usuarios: un lugar para la narrativa transmedia. Los casos de "Águila Roja" y "Juego de Tronos" en España*. En: *Comunicación y Sociedad Nueva época*, núm. 21, pp. 239-267. (ISSN 0188-252x). Obtenido de: <http://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/digital/21>
- Guisado, A. (2017). *"Storytelling": Cómo contar historias ayuda a la estrategia de marketing*. España Obtenido de:

https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/75910/Storytelling_como_co%20ntar_historias_ayuda_a_la_estrategia_de_marketing.pdf?sequence=1

- Harmon, D., & Roiland, J. (2013). *Rick and Morty* [serie]. Estados Unidos: Adult Swim.
- Hayes, G. *The myth of web 2.0 Non-Participation. Personalize media* [blog]. 2007 Obtenido de: <http://www.personalizemedia.com>
- Herrera, R. (2009). *De la narrativa analógica a la digital*. Universitat Oberta de Catalunya. Obtenido en: https://www.researchgate.net/publication/265163580_De_la_narrativa_analogica_a_la_digital
- Sketchok. (2018). *Jerry Smith* [Imagen]. Obtenido de: <https://sketchok.com/cartoon-characters/rick-and-morty/how-to-draw-jerry-smith-morty-s-father>
- Inverse. (2018). *Mr. Poopybutthole* [Imagen]. Obtenido de: <https://www.inverse.com/article/46919-rick-and-morty-mr-poopybutthole-video-is-charming-as-hell>
- Islas-Carmona, J. (2008). *El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad*. Palabra Clave, 11 (1), 29-39.
- Islas, O. (2013). *Modelos de Comunicación*. Obtenido de: <https://octavioislas.files.wordpress.com/2013/08/modelos-de-comunicacion3b3n.pdf>
- Páez, E. (2010). *Escribir: Manual de técnicas narrativas*. Madrid: Ediciones SM.

- Jenkins, H. (2003). *Transmedia Storytelling*. Estados Unidos: MIT. Obtenido de: <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/>
- Jenkins, H. (2007). *Transmedia Storytelling 101*. Obtenido de: http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.htm |
- Jenkins, H. (2009). *Fans, blogueros y videojuegos: la cultura de la colaboración*. Paidós. Barcelona.
- Jenkins, H. (2010). *Piratas de los textos Fans, cultura participativa y televisión*. (1ª ed.). Barcelona: Paidós.
- Jenkins, H. (2016). *Convergence Culture*. Nueva York: Paidós.
- Justo, D. (2019). *Cambia su coche por un paquete de la famosa salsa 'Szechuan', de la serie 'Rick y Morty'*. Obtenido de: https://cadenaser.com/ser/2017/10/16/television/1508138662_881148.html
- *La salsa de McDonald's que desató la locura por culpa de la serie 'Rick y Morty'*. (2019). Obtenido de: <https://www.lavanguardia.com/comer/aldia/20171009/431920199029/rick-y-morty-salsa-szechuan-mcdonalds.html>
- Lastra, A. (2015). *El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia*, Icono 14, volumen (14), pp. 71-94. doi: 10.7195/ri14.v14i1.902.
- López Gutiérrez, M., y Nicolás Gavilán, M. (2015). *Análisis narratológico de series de televisión. Construcción de un modelo*. Universidad Panamericana. Obtenido de: http://amic2015.uaq.mx/docs/memorias/GI_07_PDF/GI_07_Analisis_narratologico.pdf

- López, V. (1984). *Hacia un marco de referencia de la pragmatolingüística en: Comunicación y Teoría Social*, de Fernández C. Fátima, Yépez H. Margarita. México, edit. FCPyS-UNAM. pp. 277
- *Los nuevos escritores están arruinando el espectáculo: rickandmorty.* (2018).
Obtenido de:
https://www.reddit.com/r/rickandmorty/comments/6v1b3u/the_new_writers_are_ruining_the_show/
- Massanari, A. (2015). *#Gamergate and The Fapping: How Reddit's algorithm, governance, and culture support toxic technocultures.* *New Media & Society*. 19. 10.1177/1461444815608807.
- Manovich. (2018). Obtenido de: <http://manovich.net/index.php/about>
- Mckee, R. (1997) *Story: Substance, Structure, Style and the Principles of Screenwriting*. New York: Regan. Metz, C. (2002). *Ensayos sobre la Significación en el Cine. Volumen 1: 1964-1968.* Barcelona: Paidós.
- Nación Rex. *¿Qué piensa Dan Harmon acerca de 'Rick and Morty'?* (2018).
Obtenido de: <https://www.nacionrex.com/tv/Dan-Harmon-Rick-and-Morty-creador-de-la-se-rie-mejores-episodios-para-celebrar-su-cumpleanos-20180103-0009.html>
- Nagler, A. (2016). *Turner Transmedia Gaming: ¡Wubba Lubba Dub Dub! - TV[R] EV.* Obtenido de: <https://tvrev.com/turner-transmedia-gaming-wubba-lubba-dub-dub/>

- Sketchok. (2018). *Summer Smith* [Imagen]. Obtenido de: <https://sketchok.com/cartoon-characters/rick-and-morty/how-to-draw-summer-smith-from-rick-and-morty-series>
- Páez, E. (2010). *Escribir: Manual de técnicas narrativas*. Madrid: Ediciones SM.
- Pérez, H. (2011). *Introducción al Estudio de la Narrativa*. Magisterio.
- Prado Aragonés, J. (1995). *Aprender a narrar con el cómic*. España: Grupo Comunicar. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15800514>
- Proctor, W. (2017). "Bitches ain't gonna hunt no ghosts": totemic nostalgia, toxic fandom and the Ghostbusters platonic. *Palabra Clave* 20(4), 1105-1141. DOI: 10.5294/ pacla.2017.20.4.10
- Proctor, W., & Kies, B. (2018). *On Toxic Fan Practices and the New Culture Wars*. EUA. Obtenido de: https://www.academia.edu/38573017/On_Toxic_Fan_Practices_and_the_New_Culture_Wars
- Propp, V. (1992). *Morfología del cuento*. México: Colofón. Paidós Ibérica.
- Quintana, J. (2016). *Narrativa digital e infancia. La generación de los creadores colaborativos*. España: Revista Mediterránea de Comunicación. Obtenido de: https://www.researchgate.net/publication/289571168_Narrativa_digital_e_infancia_La_generacion_de_los_creadores_colaborativos
- RAE. (2019). *culto, ta*. Recuperado de <https://dle.rae.es/?id=Bepr8Oh>

- Raftery, B. (2011). *Cómo Dan Harmon se conduce a sí mismo haciendo una comunidad loca*. Obtenido de: https://www.wired.com/2011/09/mf_harmon/
- Ramírez, J. (2014). *El Texto Narrativo*. Obtenido de: <https://es.scribd.com/document/250543418/26-El-Texto-Narrativo>
- Renton, M. (2018). *Los devotos de 'Rick and Morty' y el complejo de superioridad*. Obtenido de: <https://serielizados.com/los-devotos-de-rick-and-morty-y-el-complejo-de-superioridad/>
- Rick y Morty (Serie de TV 2013–). (2019). Obtenido de: <https://www.imdb.com/title/tt2861424/episodes?season=1>
- Rick y Morty. (2017). Obtenido de: https://www.rottentomatoes.com/tv/rick_and_morty/s01/e01
- Robledo D., Atarama T., Moreno H. (2017). *De la comunicación multimedia a la comunicación transmedia: una revisión teórica sobre las actuales narrativas periodísticas*, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 23 (1), 223-240.
- Rogers, J. (2017). *'Rick And Morty' es ahora el programa de comedia número uno en la televisión*. Obtenido de: <http://thehookofficial.com/2017/10/rick-morty-now-number-one-comedy-show-tv-160709/>
- Rojas, R (1989). *Guía para la realización de investigaciones*. Trillas. México.
- Ryan, M. L. (2014). *Story/Worlds/Media. Tuning the Instruments of a MediaConscious Narratology*. En M. L. Ryan & J. N. Thon (eds.). *Storyworlds*

across Media. Toward a MediaConscious Narratology (pp. 25-49). Lincoln: University of Nebraska Press.

- Scolari, C. (2016). *Narrativas transmedia*. Deusto. Barcelona.
- Sepinwall, A (2014). *Mega Dan Harmon interview, part 3: Rick and Morty*. Uproxx. Obtenido de: <https://uproxx.com/sepinwall/mega-dan-harmon-interview-part-3-rick-and-morty/>
- Sorribas, M. (2014). *Estructura del relato: Aristóteles Vs Tarantino | Storytelling & Co*. Obtenido de: <http://storytellingdigital.com/2014/12/18/storytelling-estructura-relato/>
- Such, M. (2017). *La era del fan tóxico: así está influyendo la masa enfurecida en las películas y series de nuestro tiempo*. Obtenido de: <https://magnet.xataka.com/en-diez-minutos/la-era-del-fan-toxico-asi-esta-influyendo-la-masa-enfurecida-en-las-pelis-y-series-de-nuestro-tiempo4>
- Sketchok. (2018). Morty Smith [Imagen]. Obtenido de: <https://sketchok.com/cartoon-characters/rick-and-morty/how-to-draw-morty-smith>
- Torti Frugone, Y., & Schandor, A. (2013). *El reino más grande del mundo: la existencia del fandom como fenómeno cultural*. Buenos Aires: VII Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales. Obtenido de: <https://www.aacademica.org/000-076/98.pdf>

- Usher, T. (2017). *¿Es 'Rick and Morty' tan inteligente como creen sus fans?*
Obtenido de: https://www.vice.com/es_latam/article/59dba8/rick-and-morty-inteligente-cre%20en-fans-television
- Van Dijk, T. (1992). *La ciencia del texto*. Barcelona: Paidós.
- Velocci, C. (2017). *Cómo la broma de 'Rick and Morty' April Fools 'ayudó a que alcanzara una' masa crítica '*. Obtenido de: <https://www.thewrap.com/rick-and-morty-april-fools-prank/>
- *Vladimir Yákovlevich Propp - EcuRed*. (2019). Obtenido de: https://www.ecured.cu/Vlad%C3%ADmir_Y%C3%A1kovlevich_Propp
- Vorel, J. (2017). *La temporada 3 de Rick y Morty fue la comedia clasificada # 1 en toda la televisión*. Obtenido de: <https://www.pastemagazine.com/articles/2017/10/season-3-of-rick-and-morty-was-the-1-rated-comedy.html>
- Warner Media. (2017). *Imagen de Twitter de Warner Media* [Imagen].
Obtenido de: <https://twitter.com/search?l=&q=Adult%20Swim%20Rick%20and%20Morty%20since%3A2017-10-01%20until%3A2017-10-31&src=typd>