



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

COMUNICACIÓN E INNOVACIONES TECNOLÓGICAS

“HIPERMEDIACIONES COMO SISTEMA COMPLEJO. ANÁLISIS DE LOS
PROCESOS COMUNICATIVOS DE LOS FANS Y SU IMPACTO EN EL
DESARROLLO TRANSMEDIA DEL UNIVERSO STAR WARS.”

TESIS

QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:

MAESTRA EN COMUNICACIÓN

PRESENTA:

JIMENA YISEL CABALLERO CONTRERAS

TUTORA

SILVIA INÉS MOLINA Y VEDIA DEL CASTILLO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

CIUDAD DE MÉXICO, ENERO, 2022.



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.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional Autónoma de México, al Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales y al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, por el apoyo recibido a lo largo de esta investigación.

A mi tutora y sinodales Dra. Silvia Inés Molina y Vedia del Castillo, Dr. José Ángel Garfías Frías, Dr. Roberto Alejandro López Novelo, Dr. Jorge Alberto Hidalgo Toledo y Dra. Francisca Robles.

A DGAPA-UNAM por la beca recibida en el marco del proyecto “Los deportes electrónicos como industria creativa. Contexto socioeconómico, prácticas comunicativas y de consumo” con clave IN308820 perteneciente al Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica PAPIIT.

Índice

| | |
|--|-----------|
| Introducción..... | 5 |
| | |
| Capítulo 1 Los fans y el transmedia..... | 10 |
| 1.1 Sobre la cultura participativa..... | 12 |
| 1.2 El lugar de los fans en los estudios transmedia..... | 18 |
| 1.3 Estudios sobre Star Wars y el transmedia..... | 22 |
| | |
| Capítulo 2 El Universo de Star Wars y sus Fans..... | 27 |
| 2.1 Star Wars | 28 |
| 2.2 Star Wars y el transmedia..... | 33 |
| 2.3 Los Fans de Star Wars..... | 37 |
| | |
| Capítulo 3 Hipermediaciones y complejidad..... | 44 |
| 3.1 Sobre el concepto de hipermediación | 45 |
| 3.1.1 Las interfaces, el paso hacia el estudio de la hipermediación..... | 51 |
| 3.2 Los sistemas complejos..... | 53 |
| 3.2.1 Los Sistemas Adaptativos Complejos SAC..... | 60 |
| 3.3 Las hipermediaciones como sistema complejo | 63 |
| | |
| Capítulo 4 Los procesos comunicativos de los fans del Universo Star Wars, la comunidad virtual en Facebook..... | 70 |

| | |
|---|------------|
| 4.1 Sobre Facebook y las comunidades virtuales | 71 |
| 4.2 Dimensiones de análisis del sistema hipermedial complejo..... | 77 |
| 4.3 Técnicas de análisis..... | 80 |
| 4.3.1 La observación participante como técnica de etnografía virtual..... | 81 |
| 4.3.2 El análisis de contenido..... | 83 |
| 4.4 Aplicación metodológica..... | 88 |
| 4.4.1 Star Wars Sithposting..... | 89 |
| 4.4.2 Star Wars Universe..... | 102 |
| | |
| Capítulo 5 Modelo hipermedial complejo..... | 115 |
| 5.1 Análisis de la recopilación de datos..... | 115 |
| 5.2 Sobre los modelos dinámicos complejos..... | 129 |
| 5.2.1 Stella..... | 134 |
| 5.3 Modelo hipermedial complejo de los procesos comunicativos de los fans del universo Star Wars..... | 136 |
| | |
| Conclusiones..... | 140 |
| Referencias bibliográficas..... | 148 |

Introducción

Esta investigación nace del interés por generar un enfoque de investigación que atienda el problema de los reduccionismos teóricos que comprenden los análisis comunicativos digitales de la actualidad. Se propone el estudio de las hipermediaciones, entendidas como “...procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (Scolari, 2013) a partir de su concepción como sistemas complejos. Se define a un sistema complejo como “... una estructura de individuos [elementos] interrelacionados a varios niveles. Las interacciones a todos los niveles son no lineales, dinámicas (cambian con el tiempo) y muchas veces circulares, llamadas retroalimentación.” (Lara, 2018).

En la era de la información actual, el intercambio de datos funge como una dinámica constante que genera nuevas adaptaciones en los procesos comunicativos de las Industrias Culturales. Bajo esta premisa, el desarrollo de productos transmediáticos promueve una nueva forma de crear contenidos, lo cual involucra cambios tecnológicos, procesos socioculturales y relaciones económicas. Tal es el caso del universo narrativo de Star Wars.

En ese sentido la presente investigación pretende demostrar la condición de las hipermediaciones como sistemas complejos, debido a su carácter de desarrollo dinámico no lineal. Lo cual se demostrará por medio del análisis de los procesos comunicativos de los fans, respecto al Universo transmedia de Star Wars.

El alcance de la investigación se centra en la observación de las creaciones de contenido audiovisual elaboradas por los fans, en referencia a las escenas canónicas generadoras de réplicas del Universo Star Wars. Como alcance temporal, se tomará en consideración el

advenimiento de la era digital, observada a partir de la posibilidad de la cultura participativa digital, la cual permitió la existencia de hipermediaciones. La metodología desarrollada se basa en la propuesta de un estudio longitudinal que incluye como técnicas la observación participante derivada de la Etnografía Virtual y Análisis de contenido.

La justificación del tema parte del reconocimiento de los procesos comunicativos como un fenómeno complejo, tanto por su carácter multifactorial, como por la necesidad de contar con observaciones bajo un punto de vista transdisciplinar para lograr un análisis de manera profunda y rigurosa; sin embargo, en pocas ocasiones se ha recurrido a las llamadas teorías emergentes de la complejidad pese a que éstas podrían adaptarse a las necesidades del mismo fenómeno en sí.

Actualmente, al interior del mundo académico, se encuentran en boga observaciones que apuntan hacia la evolución de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) y su relación con la creación de contenidos inmersos en la acepción de Industrias Culturales (concepto surgido en "Dialéctica de la ilustración" elaborado por T. Adorno y M. Horkheimer), sin embargo los análisis descansan principalmente en observaciones que dan cuenta de la generación de contenido desde un punto de vista meramente descriptivo; tal es el caso de técnicas de investigación como los análisis de contenido o análisis del discurso.

Se reconoce así una carencia metodológica de investigación en el campo de la comunicación. De esta manera se propone dentro de este trabajo un abordaje que permita hacer observables las interacciones entre elementos existentes en los procesos comunicativos mediáticos, para este caso, aquellas que involucran un proceso multidireccional de comunicación, donde las industrias audiovisuales no sólo funcionan como emisores, sino también simultáneamente como receptores respecto al contenido generado por los fans.

El enfoque de los sistemas complejos surge como una vertiente derivada de la Teoría General de los Sistemas, en ella se pretende estudiar los sistemas dinámicos, no lineales e interactivos desde la transdisciplina. “La transdisciplina y el enfoque sistémico de la complejidad proponen entretrejer las disciplinas para abordar las problemáticas que componen la realidad, y de esta forma plantear una nueva visión de la realidad” (Lara, 2018).

Con este enfoque se podrá relacionar los elementos sociales, tecnológicos y económicos que engloban la creación narrativa de la saga cinematográfica de Star Wars, observando sus relaciones contextuales. Los elementos sociales en el comportamiento del Fandom, elementos tecnológicos con el desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación y los elementos económicos visualizando la industria del entretenimiento.

Lo anterior, es apoyado por la noción de hipermediación elaborada por Scolari, donde sus estudios sobre los “nuevos” medios lo dirigieron a la observación de las nuevas formas de comunicación que se diferencian de las tradicionales, y señala los siguientes elementos: “Transformaciones tecnológicas (digitalización), configuración muchos a muchos (reticularidad), estructuras contextuales no consecutivas (hipertextualidad), convergencia de medios y lenguajes (multimedialidad) y participación de los usuarios (interactividad)” y continúa: “...las hipermediaciones, en otras palabras, nos llevan a indagar en la emergencia de nuevas configuraciones que van más allá -por encima- de los medios tradicionales” (Scolari, 2013).

Esta evolución de la que habla el autor, comenzó con el advenimiento de los medios digitales, lo cual influyó en la interactividad de los usuarios, que en esta propuesta de investigación recae en los fans vista desde el marco de la cultura participativa. “La cultura participativa no es hoy en absoluto marginal ni clandestina. Las obras de ficción de los fans resultan accesibles en asombrosas cantidades y variedades (...) Los

productores mediáticos sigue los foros de Internet (...) para medir la reacción a giros argumentales controvertidos” (Jenkins, 2015).

Siendo las hipermediaciones un concepto necesariamente transdisciplinar y multifactorial, el enfoque de los sistemas complejos, gracias a la visualización de interacciones entre elementos que los conforman, es una forma efectiva de estudiar la evolución, dinámica y propagación de los contenidos de las Industrias Culturales audiovisuales en el marco de la creación narrativa que involucra la participación del Fandom en las modificaciones canónicas de los contenidos.

Para la realización de esta investigación se partió de la siguiente pregunta de investigación: ¿Por qué las hipermediaciones del desarrollo transmedia del Universo Star Wars pueden ser concebidas como un Sistema Complejo al analizar los procesos comunicativos de los fans y su impacto? La cual generó la siguiente hipótesis: Las hipermediaciones del desarrollo transmedia del Universo Star Wars pueden ser concebidas como un Sistema Complejo debido a que a medida que incrementan las manifestaciones comunicacionales del fandom, el Universo hipermedial transmedia aumenta su complejidad.

Gracias a esa delimitación, el objetivo central de la investigación fue analizar los procesos comunicativos de los fans y su impacto en el desarrollo transmedia del Universo Star Wars, para explicar a las hipermediaciones involucradas como un Sistema Complejo.

Para lograr el objetivo, la presente investigación se encuentra compuesta en por cinco capítulos. El Capítulo 1 titulado “Los fans y el transmedia” expone un estado del arte en donde se realiza una revisión del concepto de Cultura Participativa, concepto clave para comprender la relación de los fans y el transmedia en los estudios actuales. Finalmente

se pone énfasis en la revisión académica de los trabajos que han vinculado al fenómeno de masas Star Wars con su desarrollo transmedia.

En el capítulo 2 “Universo de Star Wars y sus fans” se hace un recorrido histórico de este fenómeno, desde su aparición hacia su expansión del cine a otras plataformas, a través de los años. Se puntualiza el lugar imprescindible de los fans para lograr y reproducir dicha expansión.

El tercer capítulo llamado “Hipermediaciones y complejidad” funge como el marco teórico de la investigación. Se exponen en un primer momento las características de las hipermediaciones, así como estudios que han aplicado su concepción, posteriormente se analiza la vertiente de los sistemas complejos como macro teoría, para finalizar con la síntesis de ambas informaciones para comprender su compatibilidad, a través de la observación de las hipermediaciones como sistemas complejos.

El capítulo 4 “Los procesos comunicativos de los fans del Universo Star Wars, la comunidad virtual en Facebook” es el marco metodológico, éste consiste en primer lugar de la delimitación del objeto de investigación, el cual tendrá su universo en la red social digital Facebook, plataforma que aloja a la mayoría de las comunidades virtuales de fans en la actualidad. Se exponen las dimensiones y técnicas de análisis y se genera la aplicación metodológica propuesta.

Finalmente, el último capítulo titulado “Modelo hipermedial complejo” presenta las consideraciones necesarias para hacer un análisis de los procesos comunicativos de los fans estudiados, a través de la modelación de sus interacciones, presentando de esta manera el modelo hipermedial complejo del caso estudiado.

Capítulo 1 Los fans y el transmedia

La relación de los fans y el mundo transmedia es un conjunto inseparable. Desde las primeras definiciones académicas sobre transmedia que generó Jenkins en 2003, el lugar de la cultura colaborativa fue un foco de análisis, en donde se evidenciaba la importancia de los consumidores en el proceso de comunicación, permitidas por las nuevas tecnologías de la comunicación.

El término “fans” deviene de la acepción “fanático”, sin embargo, en la actualidad, este término se emplea para describir a comunidades de seguidores, los cuales generan procesos de socialización alrededor de la industria creativa que los una; derivado de este concepto, se desprende el término “fandom”, una palabra compuesta entre “fan” y “kindom” (reino), trayendo así la descripción del reino de los fans, término utilizado para describir todo el fenómeno que involucra a los fans.

Por su parte, el término transmedia ha evolucionado junto a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, llegando a la comprensión de que el transmedia es la posibilidad de una narrativa que se expanda por diversos medios de comunicación.

Un componente fundamental de las narrativas transmedia, menciona Scolari retomando a Jenkins, viene dado por las creaciones de los fans. A tal grado que se puede considerar la fórmula siguiente: narrativa transmedia = canon¹ + fandom (Scolari & Establés, 2017).

La llegada de la era de la información permitió que los fans pudieran crear contenidos con base a sus productos mediáticos de consumo, con lo cual se generó un fenómeno interesante:

¹ El canon define a las narraciones consideradas oficiales, las cuales son elaboradas por los productores de la industria en cuestión.

“...en las narrativas transmedia, la producción oficial (cubierta por el derecho de autor y que busca el lucro) se complementa con la producción de los fans (a menudo al margen de las leyes del *copyright* y sin objetivos comerciales)” (Scolari & Establés, 2017). En los nuevos estudios sobre las creaciones de narrativa transmedia, se puntualiza la importancia de generar contenidos que permitan las posibilidades de participación de los consumidores.

Los mundos transmediales son sistemas de contenidos abstractos a partir de los cuales se puede actualizar o derivar un repertorio de historias y personajes de ficción a través de una variedad de medios y plataformas de comunicación, lo que caracteriza a un mundo transmedia es que la audiencia y los creadores comparten una imagen mental de la “mundanidad” (*worldness*), esto es, una serie de rasgos distintivos en este universo. Esta idea de la mundanidad proviene principalmente de la primera versión presentada de este mundo, pero puede ser reelaborada y transformada a lo largo del tiempo, ya sea por sus mismos creadores, ya sea con la complicidad de sus consumidores ahora prosumidores. (Scolari & Establés, 2017).

Como estrategia comunicativa, la relación fan-transmedia se puede sintetizar de la siguiente manera:

La industria de medios está constantemente buscando maneras de mantener a los fans comprometidos, asegurando y construyendo lealtad a la marca. Una de las formas en que mantiene al público involucrado es a través de la estrategia de “narrativa transmedia” donde cada historia se desarrolla en múltiples plataformas de medios, con cada nuevo texto que hace una contribución distinta y valiosa al conjunto... los fans más leales se moverán a través de diferentes plataformas como videojuegos, comics, contenido web exclusivo, etc. Para descubrir capas de historia relacionadas con el texto fuente. Esto también incluye la colaboración de los fans. (Tindall & Hutchins, 2016).

Teniendo en claro la relación que permea entre los fans y el transmedia, el objetivo de este capítulo es, en un primer momento, ubicar la cultura participativa, la cual demuestra

el desarrollo identitario de los fans hacia una industria; en un segundo momento se busca identificar los estudios abordados por el papel de los fans en el mundo transmedia (en general y en específico para el Universo de Star Wars) con la finalidad de conocer las perspectivas de análisis que se han abordado previamente, todo con el objetivo de encontrar las tendencias de estudio y el área de oportunidad que permitirá el foco de investigación desde los sistemas complejos.

1.1 Sobre la cultura participativa

Jenkins (2009) define la cultura participativa como "una cultura con barreras relativamente bajas para la expresión artística y el compromiso cívico, un fuerte apoyo para crear y compartir las propias creaciones, y algún tipo de tutoría informal mediante la cual lo que los más experimentados transmiten a los novatos". La naturaleza de la cultura participativa en un contexto en línea significa que las campañas de relaciones públicas se vuelven "sin fronteras" y que los profesionales deben ser conscientes de las sensibilidades culturales generales y múltiples. Cizek (2013) señala que el valor de una audiencia participativa no se determina simplemente por el tamaño de la audiencia, sino por su poder de conectarse con otros usuarios, productores y consumidores de estos medios, para formar un público (Tomblinson & Wolf, 2017).

La cultura participativa hoy en día tiene una nueva acepción tras la actualización a la par de las tecnologías de la información y comunicación: "ahora hace referencia a un conjunto de grupos distintos que utilizan la producción y distribución mediáticas para satisfacer sus intereses colectivos" (Jenkins, 2015b:26).

Para comprender la importancia de los usuarios dentro del desarrollo transmedia, es necesario hacer un recuento en el que se observe el lugar de la cultura participativa en el desarrollo web, por medio de la revisión de las comunidades virtuales. Cabe puntualizar

que esta investigación se centra en la cultura participativa que permitió las interacciones en Internet y posteriormente en la web, ya que el nuevo entorno digital aumenta la velocidad de comunicación entre los usuarios.

En primer lugar, es menester recordar que la web tuvo su origen el año 1998, posteriormente fue incorporándose a la cotidianidad de los usuarios, dando pie al ciberespacio² como fomento para el desarrollo de las comunidades virtuales; posteriormente la web 2.0 posibilitaría la apropiación de los usuarios para la generación de comunidades, gracias a las viabilidades que permitía la interactividad de los usuarios. Dentro de esa evolución, se reconoce a la comunidad académica como la primera comunidad virtual; Rhigold citado por Cruz menciona: “Las comunidades virtuales son agregados sociales que surgen de la red cuando una cantidad suficiente de gente lleva a cabo estas discusiones públicas durante un tiempo suficiente, con suficientes sentimientos humanos como para formar redes de relaciones personales en el espacio cibernético” (Cruz, 2013: 74-78). Por lo tanto, la condición para la comunidad no es el espacio “real”, sino el “construido simbólicamente” por las interacciones de los usuarios de diversos sistemas, dando pie a la creación de identidades.

Sobre la apropiación de los usuarios al mundo virtual, se comprendió el lugar tan importante que han tenido con base a su participación en el desarrollo de la web. Dicho fenómeno se ha estudiado por medio de la comprensión de términos como “webactores” y “prosumidores”.

El primer término explica que el webactor tiene la capacidad de producir, actuar y modificar la web “usuarios activos somos consumidores/creadores, lectores/ escritores, oyentes/locutores, espectadores/productores” (Pisani & Piotet, 2009:110). En otras

² “Ciberespacio se refiere a un espacio (artificial, virtual, irreal) creado por la comunicación a través de un ordenador” (Cruz, 2013).

palabras, es el actor/usuario que se desenvuelve en la web, el cual deja de fungir como un ente pasivo para convertirse en creativo.

La relación del webactor respecto a la industria es compleja, ya que interviene cambiando las dinámicas de acción “estos nuevos medios de participación y de comunicación descentralizados perturban a las industrias establecidas” (Pisani & Piotet, 2009:111) Existe una bidireccionalidad entre los actores y las industrias. “El punto de inflexión se debe tanto a la evolución de las tecnologías como a las innovaciones que surgen de nuestras prácticas y de nuestros usos” (Pisani & Piotet, 2009:112).

En otras palabras, la suma de la web a la vida cotidiana de los individuos generó una relación compleja entre las nuevas tecnologías de la información y comunicación, con el actuar de los usuarios respecto a ellos mismos y a la industria *per se*. La participación cuestiona al medio, su autoridad y su función social, pero también se ha convertido en una relación esencial; los medios están obligados a adaptarse. (Pisani & Piotet, 2009:243).

“Los webactores actuales no forman ni una multitud consciente ni un colectivo con contornos bien definidos. Son múltiples, diversos, se agrupan en varios grados más o menos rígidos de participación y de implicación en función de las actividades”. Tienen cinco elementos: Acumular datos, apostar por la diversidad, completar/sintetizar, poner en relación y deliberar. (Pisani & Piotet, 2009:157).

Jenkins en Cultura de la Convergencia menciona: “Una cultura de participación, es una cultura en la que los criterios de expresión artística y de implicación cívica son realmente bajos, lo que alimenta a participar y crear... también es una cultura en que los miembros consideran que sus contribuciones importan y sienten algún grado de conexión social entre sí (por lo menos les importa lo que los demás piensen de lo que han creado)” (Pisani & Piotet, 2009:170).

“...los webactores contestan a los medios de comunicación, y ellos mismos pueden convertirse en medios de información” (Pisani & Piotet, 2009:238) Con ello se puede observar que el diagrama comunicacional de interacción comienza a complejizarse desde dicha transformación de intercambio de información.

Por su parte, el término “prosumidores”, define a los consumidores que al mismo tiempo actúan como productores. Son usuarios que contribuyen al diseño y producción de productos. Éstos se manejan con base a cuatro principios: apertura, interacción entre iguales, compartir e interacción global. (Tapscott & Williams, 2006). Dicho concepto en realidad refleja los mismos comportamientos que el “webactor” pero destaca la relación económica que genera para la industria.

Respecto a los cambios económicos que devienen de la participación de los usuarios (ya sean denominados webactores o prosumidores), se comprende que existen cambios en los patrones de la economía del conocimiento, tras la nueva concepción de bienes inmateriales que trae consigo la creación por los usuarios en la web.

“...la propia difusión de este tipo de bienes proporciona un valor de uso añadido que deriva de las posibles espirales de creación derivadas, o en otras palabras, de que la socialización incorpore el bien informacional como rutina y lenguaje común de nuevos usos y de otras creaciones” (Blondeau, 2004:19). La economía inmaterial, por lo tanto, genera nuevas formas de concepción de las relaciones de propiedad, cambiando toda la interacción de consumo de bienes en la web, teniendo en cuenta que el valor de cualquier información aumenta con la interacción social (posibilitada gracias a las comunidades virtuales y la cultura participativa).

Tras varios cuestionamientos sobre esta nueva economía, “la legislación sobre propiedad intelectual, transformando al consumidor en co-actor del progreso tecnológico y de la

difusión de la información... este fenómeno contribuye a reequilibrar la relación propietario/productor/consumidor”. (Blondeau, 2004:42) Esto quiere decir que se reconoció a los actores como parte del proceso web.

Las nuevas tecnologías le permiten al público ejercer una mayor influencia en la distribución, pero también les permite a las empresas controlar comportamientos... Hay gente que describe estos cambios como una crisis de los derechos de autor; otros consideran que es una crisis en la <<utilización de la justicia>>. Los fans defienden prácticas y derechos percibidos que se han dado por hecho durante muchos años, como la vieja costumbre de crear <<mixtapes>> u otros recopilatorias de material citado. Las empresas, por un lado, quieren contener comportamientos que consideran perjudiciales y que pueden tener mucho más impacto en la era digital. Ambos lados se acusan unos a otros de explotar la inestabilidad que ha conllevado los cambios en la tecnología e infraestructura de los medios... (Jenkins, 2015b:79).

Por el carácter de contenidos generados dentro del área de la ciencia ficción y la cultura de masas, las culturas participativas no habían sido reconocidas como un área de estudio trascendental, sin embargo, en los últimos años esto no ha sido de dicha manera: “Poderosas instituciones y prácticas (el derecho, la religión, la educación, la publicidad y la política entre otras) están siendo redefinidas por el creciente reconocimiento de lo que cabe ganar fomentando, o al menos tolerando las culturas participativas (Jenkins, 2015:10).

En síntesis, Jenkins menciona que la nueva cultura participativa se está configurando en la inserción de tres tendencias:

1. Las nuevas herramientas y tecnologías permiten a los consumidores archivar, comentar, apropiarse y volver a poner en circulación los contenidos mediáticos.

2. Una gama de subculturas promueven la producción mediática del “hazlo tú mismo” un discurso que condiciona el uso de esas tecnologías por parte de los consumidores.
3. Las tendencias económicas que favorecen los conglomerados mediáticos horizontalmente integrados fomentan el flujo de imágenes, ideas y narraciones a través de múltiples canales mediáticos y demandan tipos más activos de espectadores (Jenkins, 2015:163-164).

Por lo tanto, la configuración de la cultura participativa se encuentra posibilitada por cambios en tres áreas de desarrollo: tecnología, culturas, y economía. Dichos cambios han transformado las interacciones entre los consumidores mediáticos, tanto entre ellos, con sus contextos y con los productos.

Ahora bien, todo lo concerniente a la cultura participativa es aplicable al comportamiento de los fans, los cuales si bien existieron desde antes de la era digital, su comportamiento colectivo se reflejó dentro de los medios de comunicación actuales. Los fans, por lo tanto, son un eslabón dentro del desarrollo de la cultura participativa que se ha descrito.

La cultura participativa posibilita la apropiación de contenidos por los fans, permitiéndoles una interacción personal con las narrativas tras la posibilidad de generar contenido; “el reino de los fans, una esfera alternativa de experiencia cultural que devuelve la emoción y la libertad que han de reprimirse para funcionar en la vida ordinaria” (Jenkins, 2015:55).

Dicha forma de generación de contenido, que les da a los fans el carácter de webactores y prosumidores, generan una de las premisas principales de los fans, el poder de cambiar el diagrama básico de comunicación con el medio y transformarlo hacia una forma bidireccional de existir, donde con ello la industria recibe contenido de los mismos y genere con ello nuevos productos.

Teniendo en cuenta lo anterior, las creaciones de los fans desprenden un valor agregado a la industria de la cual se inspiraron, pero dentro del desarrollo de estas formas de expresión se abrieron debates considerables respecto a la propiedad, donde los creadores quedaban en segundo nivel comparado con la industria, pese a que toda la creación fue elaborada por ellos.

Scolari menciona: “La frontera entre la industria cultural y la producción de los fans es porosa: los contenidos van y vienen, los actores a ambos lados negocian/contratan, y tensiones aparentemente irreconciliables pueden terminar en acuerdos temporales de negociación” (Jenkins, 2015b:12).

A continuación, se describirá más a fondo el lugar de los fans y por qué su desarrollo como parte de la cultura participativa es tan trascendental en los estudios transmedia.

1.2 El lugar de los fans en el universo transmedia

Para referirnos al concepto “transmedia”, es importante aclarar que fue utilizado años antes de que Jenkins lo hubiera teorizado; Vicente Gascola en el libro *Narrativas transmedia: entre teorías y prácticas*, explica que el término aparece por primera vez en los años 90 para explicar una composición melódica en particular *trans-media composition*; en el área de la comunicación, fue en 1991 que Marha Kinder lo direcciona del área de la música a la comunicación.

En su libro *Playing with Powers in Movies, Televisión and Videogames: From Muppet babies to Teenage Mutant Ninja Turtles* ella define la *Transmedia intertextuality* como un suprasistema de entretenimiento (Campalans, 2012). Cabe mencionar que en esta primera acepción, se refería principalmente al intercambio de continuación en las narrativas entre diversos medios; el aporte de Brenda Courel se uniría más tarde con su

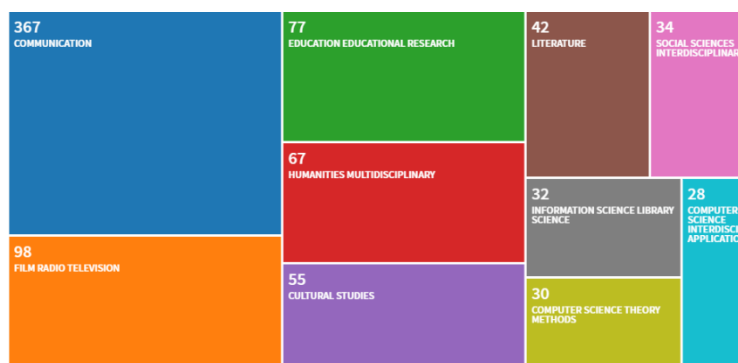
concepto de post-convergencia, en el que explica las posibilidades devenidas por la Web 2.0 para la interactividad, con lo cual se permitió la interacción entre medios, formatos y usuarios. “la post-convergencia obligó a la industria a identificar y comprender a las audiencias y sus contextos” (Lourei citada por Montoya, D., Vasquez, M. & Salinas, H., 2013).

Se puede considerar entonces que desde ese momento, el papel de las audiencias estaba cobrando un lugar importante para el desarrollo del concepto “transmedia”, sin embargo ni el mismo Jenkins había prestado demasiada atención a la colaboración de las audiencias que se estaban desarrollando a la par. Su primera mención al transmedia fue en 2001 en su artículo *Convergence? I Diverge*; en 2003 ahonda en el concepto en su libro *Transmedia Storytelling* y posteriormente, en *Convergence Culture* (2006) consolida la definición diferenciando *transmedia* de *crossmedia* (Campalans et al., 2012), donde explica el concepto transmedia como una historia expandida y dividida en varias partes que son distribuidas entre diversos medios. En dicho libro comienza a vislumbrarse la importancia de las audiencias tras el concepto de convergencia, ya que ésta es la intersección de tecnologías, industrias, contenidos y audiencias. (Montoya, D., Vásquez, M. & Salinas, H., 2013).

En los últimos años, los estudios sobre transmedia ganaron popularidad en el mundo académico, sobre todo en el

campo de la comunicación. Retomando la importancia del fenómeno transmedia para explicar los nuevos productos generados en las

Gráfica 1

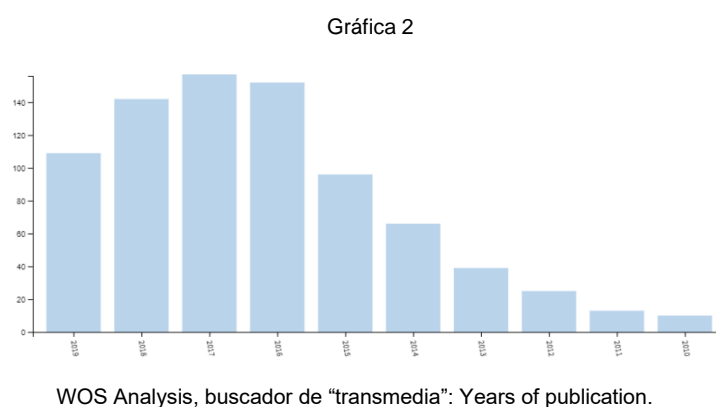


WOS Analysis, buscador de “transmedia”: Research Areas

industrias mediáticas, se comprende la relevancia de dicho concepto.

Como se puede observar en las gráficas adjuntas (1 y 2), una de las bases de datos más importantes a nivel global

Web Of Science (WOS) demuestra que los años donde la academia ha prestado más atención al fenómeno transmedia son



de 2016 a la fecha. A sí mismo se puede apreciar que los campos de estudio primordiales son Comunicación, Educación y Cultura.

Sin embargo, existe una crítica reciente respecto a la mala comprensión de este término. En un artículo publicado por Scolari, menciona que la sobreexplotación del término a manera de “innovación” en los estudios de comunicación (y otros) ha confundido el entendimiento de la expansión de los contenidos en diversos medios y el verdadero concepto transmedia: “... estrategia narrativa que, además de expandir los mundos de ficción en diferentes medios y plataformas, también le daba importancia a la participación de los fans en esa expansión”. («Transmedia is dead. Long live transmedia!», 2017). Por ello la fórmula para comprender una narrativa transmedia no debe estar desprendida del papel del *fandom*³.

“Los fans son un tipo de colectivo (ya que actúan como comunidades y no como individuos) y conexión (que amplifican su poder gracias a las comunicaciones en red) cuya presencia se está notando en la cultura contemporánea” (Jenkins, 2015b:191-192).

Comprendiendo lo anterior, el concepto de cultura participativa, expone el lugar que tienen los fans dentro de este proceso de desarrollo en su actuar web: “...capacidad para

³ Muestra de dicho problema, se observa en el análisis de la base de datos, que de los más de 800 resultados de la búsqueda en “transmedia” solo 67 artículos mencionan a los fans en sus contenidos.

transformar la relación personal en interpretación social, la cultura del espectáculo en cultura participativa es una de las características centrales del mundo de los fans...para los fans, el consumo suscita espontáneamente la producción” (Jenkins, 2015:54).

Para percibir el actuar de los fans como un colectivo, es importante la revisión del concepto de inteligencia colectiva: Jenkins citando a Lévy menciona: “la inteligencia colectiva expande la capacidad productiva de una comunidad, toda vez que libera a los miembros individuales de las limitaciones de su memoria y facilita al grupo para obrar de acuerdo con un banco más grande de conocimientos” (Jenkins, 2015:167). Se comprende entonces a la inteligencia colectiva como conocimiento disponible para todos los miembros, un atributo imprescindible en el actuar del *fandom*.

Por ello, los fans se desenvuelven dentro de todas las características de la cultura participativa, pero enfocada a la industria de su preferencia, en su mayoría se trata de industrias generadoras de narrativas de ficción; de ahí deviene la posibilidad de generar un universo transmedia que posibilite a los usuarios la generación de contenidos que complementen las historias canónicas⁴, reapropiándose de sus contenidos y generando nuevos.

...toda escritura de los fans implica necesariamente una aproximación de personajes de la serie y una reelaboración de conceptos del programa, toda vez que el texto ha de responder a la agenda social y las estrategias interpretativas del fan en cuestión... los fans reivindican dichos textos como propios, rehaciéndolos a su imagen y semejanza, forzándolos a responder a sus necesidades y a satisfacer sus deseos (Jenkins, 2015:74-75).

⁴ Se comprende por “canon” a las narrativas consideradas oficiales; según el Cambridge Dictionary ...*all the writings of an author that are accepted as genuine*. En la actualidad esta acepción está más ligada a lo que la respectiva Industria acepte como genuino dentro del universo narrativo, sea elaborado por el autor que inició con la narrativa o no.

Una vez comprendido que las comunidades de fans son parte de la cultura colaborativa, y que su relación con las narrativas transmedia se ha estudiado a lo largo de su concepción (y no se debe desvincular), en seguida se ubicará esta relación en el objeto de estudio de esta investigación, el Universo de Star Wars.

1.3 Estudios sobre Star Wars y el transmedia

Como es bien sabido, el padre del concepto “transmedia” es Henry Jenkins⁵, el cual ha recorrido múltiples ejemplos para explicar dicho fenómeno; entre ellos se encuentra Star Wars, por lo que es acertado considerar que él fue el pionero en vislumbrar la capacidad de la narrativa del universo SW a través de diversos medios de comunicación. Si bien el presente análisis se centra en su mayoría en su percepción sobre este objeto de investigación, es necesario entrever las diversas áreas en las que las investigaciones respecto Star Wars y lo transmedia han servido, y siguen sirviendo, en el mundo académico, a razón de comprender la necesidad de introducir a este rubro los estudios sobre complejidad.

Unas de las características principales por las que Star Wars se ha vinculado directamente con los estudios de las narrativas transmedia, en primer lugar, es debido a su gran expansión por medio de diversas plataformas de comunicación, en segundo lugar, por la gran cooperación de los fans en expandir dicho universo. En tercer lugar, y uno de los más importantes, es el desarrollo temporal de la gran narrativa, la cual se desarrolló a la par que las nuevas tecnologías de la comunicación e información, generando así la rápida evolución de los puntos anteriores:

⁵ Que si bien, como se mencionó en el apartado anterior, no fue el primero en generar dicho término, él es primero en teorizar al respecto.

Los fans de la Guerra de las Galaxias fueron los primeros que adoptaron las nuevas tecnologías y produjeron más de trescientas películas en la red. Estos fans explotaban los diversos artículos comercializados por la franquicia de esta súper producción como materias primas para sus películas caseras (Jenkins, 2015:173).

Con base a lo anterior, se presentan los estudios más recientes que han analizado el fenómeno transmedia y utilizado el universo expandido de SW como objeto de investigación.

Comenzando con Marie-Laure Ryan, analista académica de narrativas, ella hace una observación sobre tres áreas del transmedia: desde la industria, los fans y la academia, donde concluye que la narración transmedia se divide en los siguientes componentes: 1) ficcional; 2) adaptativo; 3) mítico; 4) comportamiento de la audiencia (Ryan, 2016). Utilizando el universo de Star Wars como ejemplo, explica que existen recursos suficientes para legitimar la expansión mediática del universo por medio de diversos elementos narrativos, como lo son los personajes, la banda sonora, etcétera; por lo tanto dichos recursos pueden ser utilizados, como en el caso de la nueva trilogía de Disney, o bien, en las novelas creadas por los fans, que no precisamente pertenecen al canon, pero son parte de dicho universo.

El artículo titulado *'The First Step into a Smaller World': The Transmedia Economy of Star Wars* ejemplifica el lugar de la economía dentro del desarrollo de las narrativas transmedia a través de la "hiperdiégesis"⁶, por medio del análisis de una narrativa tan lucrativa como lo es la de Star Wars; los autores observan la economía transmedia de

⁶ Hiperdiégesis, nombrada por el autor Matt, Hills, es la creación de un espacio narrativo vasto y detallado, del que sólo se ve o se encuentra directamente una fracción del texto, pero que, sin embargo, parece funcionar de acuerdo con los principios de la lógica interna y la extensión (Hills, 2014).

dicha franquicia como un modelo de construcción mundial que funciona como un sitio dialógico donde el contenido y el comercio chocan. (Proctor & Freeman, 2016).

En este abordaje se estudia la relación económica transmedia aunada a los cambios que la industria ha vivido desde su creación, así como la importancia del canon para el público. Dentro de los resultados de la investigación se hizo evidente que la continuación de la línea temporal es de suma importancia para los fans, y que la economía transmedia “... es una coalición dinámica de fuerza de factores entre comercio y contenido” (Proctor & Freeman, 2016) más el papel del público, lo cual genera una relación directa entre dichos elementos.

Otro estudio innovador, es el de Emma Pett, titulado *Stay disconnected: Eventising Star Wars for transmedia audiences* la autora estudia la concepción de cine inmersivo de *The Force Awakens* de 2015, filme ya incorporado a la marca Disney, a la que se le invirtió el suficiente dinero para crear dichas estrategias promocionales, éstas consisten en cine dirigido por eventos y medios interactivos que permiten un máximo involucramiento con las audiencias, o sea, los fans. La participación transmedia de los usuarios generan una clave de inmersión significativa, de la cual la industria se beneficia.

En su estudio realizado en 2016, Emma señala que la inmersión se experimenta en formas complejas: “como una coexistencia emocional, compromiso y distancia crítica, y como una experiencia móvil que no está limitada por convenciones de un auditorio sentado” (Pett, 2016).

Un ejemplo claro de la importancia que recae en la recepción de los fans en el universo transmedia de SW, es observable en el estudio elaborado en Portugal sobre el sentido de propiedad generado por los consumidores de esta saga, donde con base a su entendimiento sobre lo que el canon debería ser, generan sus propias modificaciones a los contenidos

lanzados por la industria. Dentro del análisis se menciona: “en el caso de las narrativas transmedia, su expansión en el tiempo y el espacio -con los sucesivos lanzamientos de sus nuevas extensiones, consumos recurrentes de reposiciones y obras derivadas- ... hacen que el proceso de recepción en torno a una sola obra en una (casi) imposibilidad” (Moura, 2019). Por lo tanto, se sugiere que un análisis transmedia debe prestar atención a los textos fuera del eje corporativo, como lo son las noticias, entrevistas y conversaciones o creaciones de fans.

Un estudio reciente que se detiene a utilizar a SW como objeto de estudio transmedia, es el elaborado por José Corona, quien centra su atención en la gestión de ocio y producción creativa de los fans, enfocado a los procesos educativos virtuales. En su estudio identifica seis dimensiones de las nuevas alfabetizaciones transmedia: 1) Acceso y filtración, 2) Reflexión y entretenimiento, 3) Creación y producción digital-análoga, 4) Compartir y colaborar, 5) Multimodalidad de lenguajes y medios, 6) Innovación y creatividad (Corona, 2019). El autor utiliza a Star Wars mostrando el papel activo que generan los consumidores de este universo, y reflexiona la función de intereses individuales y colectivos de las narrativas transmedia.

La investigación más reciente que ubica el papel trascendental de Star Wars para las narrativas transmedia, fue elaborada en Singapur por la ahora Dra. Ruta Vatdya, la cual presentó su tesis doctoral en la Universidad Tecnológica de Nanyang con el título: *A cultural study of Disney's Star Wars: Theorizing circuir of culture* presentada en 2019. En dicha investigación se analiza la moralidad a través de los discursos presentados en la saga por medio de su desarrollo transmedia, haciendo una comparación entre los productos desprendidos de Lucas Films y de su nuevo dueño, ahora Disney.

Finalmente, uno de los aportes más importantes sobre el estudio transmedia de Star Wars, es el libro *Star Wars and the History of Trasmedia Storyteling*, el cual es un libro

compilatorio de artículos enfocados a diversos aspectos desde una entrevista con Henry Jenkins como estudios de marketing, videojuegos, música, juguetes e inclusive feminismo.

“La historia transmedia de Star Wars puede ayudarnos a entender... las oportunidades y tensiones que llegan cuando las propiedades del comercio de entretenimiento se expanden a través de múltiples plataformas mediáticas que vincule a diferentes audiencias” (Guynes & Hassler-Forest, 2017). Los autores remarcan las posibilidades de análisis sobre digitalización, globalización y cultura del fan a través del objeto de estudio que es Star Wars.

Como se puede observar, en los casos mencionados, se utilizan diversos enfoques teóricos y generan metodologías diferentes, sin embargo, la bibliografía suele compartir autores, dentro de los cuales destacan Jenkins y Scolari como claros referentes a los estudios transmedia y cultura colaborativa. Además, se puede observar la búsqueda de los investigadores por generar clasificaciones que permitan vislumbrar los componentes que las narrativas transmedia desarrollan. Finalmente, la utilización del universo expandido de Star Wars es defendido como la narrativa primordial en el rubro, gracias a su alcance a nivel mundial y su importancia comercial.

Así como los ejemplos mencionados, es difícil encontrar un análisis transmedia que no utilice al menos un ejemplo del universo de SW para hacer visible la naturaleza de este fenómeno. Cabe mencionar, que los estudios revisados llegan a conclusiones que hacen visible la complejización que sufren los desarrollos narrativos a través del aumento de posibilidades que brindan las nuevas tecnologías, sin embargo ninguno lo ubica desde el enfoque de la complejidad.

Capítulo 2 El Universo de Star Wars y sus Fans

El presente capítulo tiene como objetivo mostrar y ubicar la relación del Universo Star Wars y sus fans como objeto de estudio, donde el comportamiento y el desarrollo de las comunidades de fans son parte clave para entender esta Industria Cultural.

La importancia de este objeto de estudio radica en que el universo cinematográfico de Star Wars, franquicia iniciada en 1977, es un producto cultural no nacido en la era de la información digital, el cual logró una integración hacia la sociedad tan relevante que permitió que sus productos se expandieran no sólo en el tiempo, sino a través de diversas plataformas comunicativas, adaptándose a todas las necesidades contextuales con las que se encontraba. Como factor primordial, se encuentran las múltiples creaciones generadas en la creatividad del *fandom* (comunidades de fans), mismas que van desde novelas, cómics, cortometrajes, videojuegos entre otros.

Star Wars, siendo un claro ejemplo de Narrativa Transmedia⁷, permite observar la integración de ese producto audiovisual en la sociedad, primero a través de medios *broadcasting* y analógicos, posteriormente a través del mundo digital, lo cual amplió las posibilidades de creación de la industria y de los fans.

El foco de observación de este capítulo se centra, en primer lugar, en exponer el contexto temporal, cultural y mediático del Universo Star Wars. Se parte de los *films* como primer ensamble de la evolución de esta industria, siendo las películas la base del universo narrativo de Star Wars: Primera trilogía, (1977-1983) *Episode IV: A New Hope*; *Episode V: The Empire Strikes Back*; *Episode VI: Return of the Jedi*. Segunda trilogía, precuela (1999-2005) *Episode I: The Phantom Menace*; *Episode II: Attack of the Clones*; *Episode*

⁷ Véase capítulo 1.

III: Revenge of the Sith. Tercera trilogía, secuela (2015-2019) *Episode VII: The Force Awakens*; *Episode VIII: The Last Jedi*; *Episode IX: The Rise of Skywalker*.

En segundo lugar, se busca explicar la relación que existe entre el desarrollo del universo Star Wars y las posibilidades transmedia, donde se reconoce a SW como una de las narrativas transmedia mejor lograda en la historia de las industrias culturales, la cual es un parteaguas para las estrategias transmedia que existen en la actualidad.

Siendo los fans uno de los elementos más importantes para la existencia de estas narrativas, el tercer punto de este capítulo busca mostrar el desarrollo y comportamiento de las comunidades de fans dentro del Universo Star Wars; dicho comportamiento se observa en esta investigación como el objeto a analizar a través de sus procesos comunicativos.

Con base a todo lo anterior, la división de este capítulo se propone explicar a Star Wars como producto comercial, Star Wars como narrativa transmedia y Star Wars como mundo de creación para los fans, sin embargo, se puntualiza que este Universo está compuesto por cada una de esas partes interrelacionadas entre sí. El ejercicio de este apartado es ubicar dichas características y describirlas desde sus particularidades, partiendo de la línea cronológica de creación de sus contenidos.

2.1 Sobre Star Wars

El universo Star Wars comienza con el filme de 1977 *Star Wars*, película del género Space Opera que posteriormente, (en 1999) se renombraría a *Star Wars: episode IV a new hope*. George Lucas fungió el rol de productor y director de dicha película; en varias entrevistas él mencionaría que se inspiró en los filmes de Akira Kurosawa, el personaje de revista *plup* Flash Gordon y el libro *El héroe de las mil caras* de Campbell.

Star Wars fue una película revolucionaria en su época; destacó por ser pionera en el uso de efectos especiales de los que surgieron técnicas nuevas como el *Go Motion* (movimiento objeto-cámara). Fue la película más taquillera de la historia hasta 1982. Con una inversión total de 13 millones de dólares, terminó recaudando más de 775. Ganó múltiples premios y reconocimientos, donde destacan los premios Óscar de la Academia

por mejores efectos visuales, mejor banda sonora y mejor diseño de arte, además de ganar el

Imagen 1



Carteles de la trilogía original de Star Wars.

premio a Mejor Película por los Premios Globo de Oro.

El éxito inminentemente de Star Wars buscó seguir aprovechando esos recursos, y como industria debía continuar y extender su popularidad. Así, tres años después, en 1980 se estrenaría *Episode V: The Empire Strikes Back* y otros tres años más, en 1983 *Episode VI: Return of the Jedi*. Dentro de los elogios o las críticas que tuvieron las películas en su momento, Star Wars se convirtió en un hito en las películas de ciencia ficción.

Esta primera trilogía generó una narrativa que había nacido para expandirse, *Star Wars: The Empire Strikes Back* (1980) anunciaba ser el episodio V en las letras del *opening crawl*, lo cual, siendo apenas la segunda entrega de la saga, informaba que una historia existía detrás. Historia que se le conocería como la trilogía de las precuelas, y que nacería en 1999, diecisiete años después de la última entrega de la trilogía original.

George Lucas esperó a que la tecnología cinematográfica avanzara lo suficiente para realizar las películas que tenía en mente. Comenzó a trabajar en 1997 y culminó el primer filme *Star Wars Episode I: The Phantom Menace* (1999). La espera por conocer el inicio de la saga era tan importante para el público, que la película rompió *records* en taquilla juntando mil millones de dólares como recaudación.

Pese a dichas cifras, las críticas fueron duras con ésta y las películas subsecuentes; *Episode II: Attack of the Clones* (2002) fue acusada por un uso excesivo de efectos

visuales y una

infantilización

de la saga con

personajes

como Jar Jar

Binks. Por su

parte el *Episode*

III: Revenge of

the Sith (2005),

Imagen 2



Carteles de la trilogía precuela de Star Wars.

logró obtener críticas favorables al contener una trama más compleja y una narrativa que vincularía completamente la trilogía original con la precuela.

2012 sería un año decisivo para la saga de Star Wars, su propietario desde 1997, George Lucas, vendía los derechos tanto de Lucasfilm, su productora, como de la saga completa a Disney, por la cantidad de 4.050 millones de dólares. El anuncio de una secuela de la saga se hizo presente pero ahora correría a manos de Disney Company⁸.

⁸ Esta compra representó la desaparición del Universo Expandido de Star Wars, denominado así a la serie de novelas, cómics y videojuegos que se crearon dentro de una temporalidad narrativa fuera de las películas.

En 2015 se estrenó *Star Wars Episode VII: The Force Awakens*; la cual es la película más taquillera de toda la saga, además de estar en el cuarto lugar de las películas con mayor recaudación mundial, con más de 2 mil millones de dólares. Es la primera película donde la dirección y la producción no estuvieron a cargo de George Lucas, sin embargo se desempeñó como consultor. La dirección de esta primera entrega corrió a cargo de

Imagen 3



Carteles de la trilogía secuela de Star Wars.

J.J. Abrams. La crítica de esta película fue principalmente favorable, logro que no obtuvieron sus predecesoras.

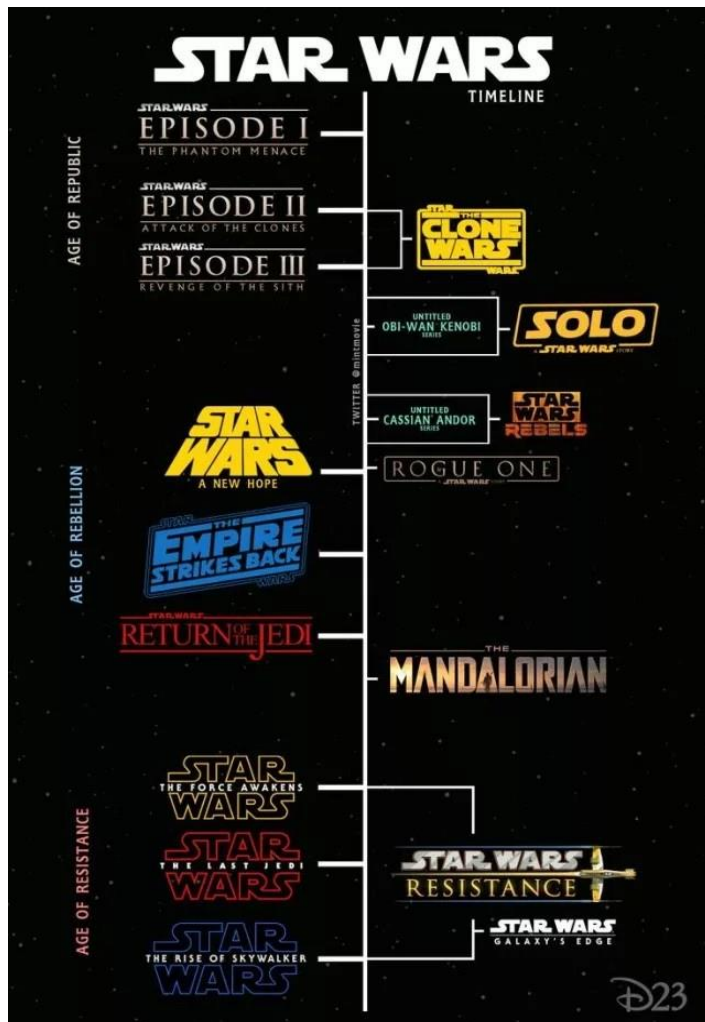
Star Wars Episode VIII: The Last Jedi se estrenó en 2017, con la dirección de Rian Johnson, película que trajo consigo críticas negativas, principalmente por parte del público, al grado de compararla en el desagrado general con *The Phantom Menace*, ubicándolas a ambas como las peores películas de toda la saga.

Para el *Episode IX: The Rise of Skywalker* (2019) se regresó la producción a J.J. Abrams, quién tuvo la ardua misión de recuperar el gusto del público en general y culminar con la saga que para el momento tenía 42 años de existir. La crítica en su mayoría fue mixta y se ubica este filme como un acto de complacencia para los fans.

Estas tres trilogías se consideran la base narrativa del Universo cinematográfico de Star Wars, sin embargo, la expansión de contenidos fue más profunda. En la Imagen 4 se puede observar la última actualización llevada a cabo por Disney del canon oficial,

concerniente a las películas y series de TV, donde se mostró el lugar de las películas fuera de la trilogía realizadas a mando de esta empresa.

Imagen 4



Cronología oficial de las películas y Series de TV. Expo D23 2019.

La primera de ellas *Rogue One: A Star Wars Story* (2016) es una película que se ubica entre el episodio III y el episodio IV; pese al desconcierto por el público tras el anuncio de un filme fuera de las trilogías oficiales, *Rogue One* logró entrar en el gusto de los fans y de la crítica, consiguiendo buenas ventas comparadas con las trilogías oficiales, suerte que no corrió *Solo: A Star Wars Story*, (2018) película con varias críticas

negativas y una pobre recaudación.

Esta nueva cronología divide a las trilogías en tres momentos: Era de la República (precuelas), Era de la Rebelión (trilogía original) y Era de la Resistencia (secuelas). Mostrando así los proyectos de series *live action* como *The Mandalorian*, *Obi-Wan Kenobi* y *Cassian Andor*, proyectos donde sólo se han estrenado las dos primeras temporadas de *The Mandalorian* (2019, 2020), convirtiéndose en un fenómeno mediático gracias a sus personajes.

A continuación, se presentarán las obras consecutivas al canon oficial del Universo Star Wars, las cuales cumplen la tarea de rellenar huecos argumentativos o temporales entre las trilogías, a través del recurso transmedia. Si bien este apartado se ha centrado en el mundo cinematográfico como primer eslabón transmedia, en el siguiente se puntualizarán todos los elementos que los constituyen.

2.2 Star Wars y el transmedia

Se parte de los *films* como primer ensamble de la evolución, siendo las películas la base del universo narrativo de Star Wars: Primera trilogía, (1977-1983) Segunda trilogía (1999-2005) Tercera trilogía (2015-2019).

Respecto al desarrollo transmedia de este universo narrativo, Jenkins menciona que Star Wars fue producto de un buen manejo empresarial, que facilitó el desarrollo comunicativo dentro de diversas plataformas:

No hay duda de que George Lucas fue una figura fundamental en la evolución de la narrativa transmedia moderna. Mucho de esto tiene que ver con el acuerdo que hizo con Twentieth Century Fox en torno a la producción de la película, Lucas renuncia a sus honorarios normales como director a favor de un porcentaje del producto bruto de productos complementarios. Debido a que los productos auxiliares se volvieron importantes para sus ingresos, se convirtieron en fundamentales para su interés en las historias. Este arreglo creó un fuerte incentivo para que esas piezas (los cómics, los juguetes, las novelizaciones, etc.) se incorporen más plenamente al sistema de historias de Star Wars. Tales experiencias se convirtieron en fundamentales para el éxito comercial de Star Wars, y significaron que la experiencia de Star Wars se extendió fuera de la pantalla y en todos los intervalos entre los lanzamientos de películas individuales. (Jenkins, s. f.).

Como Jenkins menciona, la relación de la industria cinematográfica con productos complementarios fue un contrato desde el interior de los acuerdos comerciales. El hecho de renunciar a algunos honorarios con la finalidad de flexibilizar la creación de otros productos generó la expansión del universo narrativo fuera de las películas.

Así, comenzó la utilización de diversas plataformas para contar historias dentro del universo Star Wars. En primer lugar, la generación de *films* específicos para TV, como lo fue el Especial de Navidad transmitido el 17 de noviembre de 1978, *Star Wars Holiday Special* y posteriormente los *spin-off* enfocados en los Ewoks *The Ewok adventure* de 1984 y *Ewoks: The Battle of Endor* de 1985.

En los años posteriores, se generaron las primeras series animadas *Droids* y *Ewoks* transmitidas entre 1985 y 1986, historias de las aventuras de personajes secundarios. Años más tarde, en 2003 Cartoon Network transmitió una miniserie de las Guerras clónicas *Clone Wars* misma que se materializaría más tarde, en 2008 con una producción más grande y la intervención de George Lucas *The Clone Wars*, y finalmente *Rebels* en 2014.

Por su parte, las novelas y los cómics⁹ generados dentro del universo de Star Wars, trajeron consigo irregularidades que iniciaron la disputa entre las historias canónicas y no canónicas.

Así, los productos anteriores expandían las narrativas de las películas, en un primer momento como extensiones de las historias ya transmitidas, y en un segundo momento funcionaron como complemento de los huecos argumentales que iban apareciendo entre

⁹ En la actualidad se tienen decenas de publicaciones oficiales y no oficiales narradas en diversas líneas temporales de la cronología de sucesos en el universo Star Wars. Consultadas en: <http://es.starwars.wikia.com/wiki/>

narraciones; esto permitió conocer más los elementos que constituían el universo de Star Wars, entre planetas, datos históricos, personajes, etc.

Ese fue el comienzo de la utilización de la herramienta transmediática que posibilitaba la generación de historias y el consumo de diversos productos, propiciando una relación estrecha entre el producto comercial y los usuarios, donde se habilitó la facultad de incorporarlos dentro del universo y no sólo ser espectadores pasivos. Ejemplo de ello son las figuras de acción (una de las primeras plataformas que los fans de Star Wars pudieron utilizar para crear sus propias historias) donde Jenkins menciona:

Existe una tendencia a subestimar la importancia de los juguetes en el sistema transmedia de Star Wars... Son objetos evocadores que dan forma a la imaginación de manera particular. Son herramientas de autoría que otorgan al comprador el derecho de volver a contar y extender la historia que vieron en la pantalla. Las figuras de acción sugieren que hay más cosas de las que se pueden capturar en una película individual, y que los detalles de fondo de un mundo ficticio pueden ser tan importantes como la saga del protagonista central. De hecho, alude a un lugar donde la historia de cualquier personaje podría ser de gran interés para nosotros, por lo que en ese sentido podemos ver a las figuras de acción como allanando el camino para el tipo de películas independientes que son parte de la nueva Guerra de las Galaxias. (Jenkins, s. f.).

Las primeras figuras de acción¹⁰ de Star Wars representaron la posibilidad inicial de los usuarios para generar contenido propio, sin embargo, adquirieron una característica más importante: el cambio en el valor comercial por parte de los usuarios por medio del coleccionismo, cuya tendencia marca la primera disrupción del público consumidor hacia la industria. Una figura podía salir a la venta con un costo determinado, sin embargo, el

¹⁰ Producidas por la marca *Kenner*, quien obtuvo la licencia de Star Wars desde 1977, lanzando diversas series hasta 1985.

público coleccionista podía estipular su precio con base a la importancia narrativa del personaje, el número de serie o la cantidad de ejemplares vendidos, con ello se ponían a la venta por una cantidad mucho mayor fuera del mercado oficial, generando ganancias que no llegaban a la empresa misma¹¹.

Como se ha podido observar hasta ahora, la participación del público de Star Wars en la dinámica de la expansión transmediática de contenidos, es trascendental dentro del fenómeno observado, a este suceso se le denominaría posteriormente como inmersión.

Respecto a esto Jenkins menciona:

...en el caso de Star Wars, el dominio acumulado a través de los elementos extraídos puede resultar en una mayor atención o un mayor sentido de inmersión en el mundo cuando regresemos a la película. La inmersión implica tipos de reconocimiento, dominio, inversiones acumuladas en ciertos elementos de la serie que aparecen en la pantalla, cuanto más sabemos de ellos y más los apreciamos desde el mundo fuera de la pantalla. Esta es una sensación de hacer que Tatooine y otros espacios de ficción sean nuestros, convirtiéndolos en los sitios de nuestras fantasías colectivas (Jenkins, s. f.).

La inmersión es la principal causa de que el público se sienta identificado con un producto, lo vuelva parte de sí y lo considere como propio; este es uno de los objetivos que toda marca busca lograr para mantener la fidelidad de su público hacia sus productos. En el caso de las Industrias Creativas, no hay elemento más inmersivo que los videojuegos¹², plataformas que se caracterizan por adquirir ese elemento de forma natural.

¹¹ Cabe mencionar que dicho fenómeno económico no se ha estudiado lo suficiente en el marco de las Industrias Creativas en la actualidad.

¹² Los juegos no digitales también están contemplados dentro de esta característica, sin embargo no generaron una relevancia en la industria como lo hicieron los juegos de video.

Desde 1985 a la fecha, se han generado más de 100 videojuegos con la temática de este universo, entre los que destacan géneros como arcade, aventura, *edutainment*¹³, estrategia, multijugadores, rol, y más reciente, rol en línea. En un primer momento, los videojuegos permitieron la posibilidad de recrear la película para que el usuario fuera parte de la narrativa, como es en el caso del videojuego para Atari *Death Star Battle* de 1983 o *Star Wars* de NES en 1991; posteriormente se generarían videojuegos tan inmersivos que permitían conocer historias complementarias a profundidad y a su vez lograr la interacción con otros usuarios, un ejemplo claro es el videojuego *The old republic*, un MMORPG (*massively multiplayer online role-playing game*) lanzado en 2011, y el cual se ha mantenido con un gran número de usuarios hasta la fecha.

Finalmente, la evolución transmedia descansa en todo el *fanart*, creaciones de los usuarios, que complementan el universo, y que en algunas ocasiones funciona como referencia complementaria para la creación de alguna trama canónica. Estos productos pueden ir desde animaciones, *live-action*, novelas o cuentos cortos, mismos que son producidos y distribuidos gracias a las tecnologías mediáticas que tengan disponibles los usuarios en su respectiva época, generando así el concepto de “audiencias interactivas” como elemento primordial de la evolución transmedia (Jenkins, 2015).

Creo que esto se traduce en varias formas diferentes en que uno podría leer Star Wars. Una es ver a Star Wars como la saga Skywalker, que se basa en el viaje del héroe y que tiene un enfoque singular incluso a medida que se expande hacia el exterior en el tiempo y el espacio. Pero el segundo sería leer Star Wars como un mundo, donde se pueden explorar muchas partes diferentes, y donde los detalles de fondo pueden ser tan ricos y significativos como cualquier cosa que suceda en la vida de los protagonistas. Esta lógica de construcción del mundo, de extensión, expansión, extracción, da forma a todos los

¹³ Videojuegos educativos.

demás elementos que surgirían alrededor de la constelación de Star Wars. Cada nueva extensión del texto de Star Wars agrega potencialmente más profundidad o apreciación del mundo representado en pantalla. (Jenkins, s. f.).

A continuación, en la Tabla 1 se puede observar la síntesis del desarrollo transmedia del universo narrativo de Star Wars a través de las cuatro dimensiones de la convergencia multimedia¹⁴, donde se pueden observar las interrelaciones entre elementos de cada una dimensión con los productos derivados de ella.

Tabla 1

| Temporalidad/ Dimensión | Profesionales/ Productos | Empresarial/ Industria | Tecnológica¹⁵ | Comunicativa <i>Fandom</i> |
|--|---|--|---|--|
| Primera trilogía 1977-1983 | -Series televisivas. -Figuras de acción. -Series animadas 2D. -Videojuegos 8 bits. | -Lucasfilm. -Distribución de filmes por 20th Century Fox. -Fundación de Lucasfilm Games, después Lucas Arts. -Colaboraciones con Atari. | -OTS, primer satélite de telecomunicaciones. -Integración de ordenadores PC a áreas laborales. -Utilización del término ciberespacio. | -Star Wars Fanzines. -Creaciones de <i>Cosplay</i> . -Reuniones en convenciones. -Videos caseros. -Club de fans. -Creación de juegos de mesa. |
| Segunda trilogía 1999-2005 | -Series animadas 2D y digitales 3D. -Figuras de acción mecánicas. | -Fundación de Lucasfilm Animation. -Colaboraciones con Warner Bros y Cartoon Network. | -Word Wide Web, buscadores y navegadores posicionados. -Tecnología xDSL. -Tecnología inalámbrica. | -Continúan <i>Cosplay</i> y convenciones. -Creación de bases de datos. -Distribución de contenidos digitales: |

¹⁴ Sobre estas dimensiones: “La evolución transmedia... se analizará a través de las cuatro dimensiones de la convergencia multimedia: empresarial, tecnológica, profesional y comunicativa”. Según Scolari citando a Salaverría (Scolari & e-libro, 2013:101). Estas dimensiones hacen referencia a la convergencia mediática que se generan en los productos comunicativos de la era digital.

¹⁵ («La Evolución De La Tecnología De La Información Timeline | Preceden», s. f.)

| | | | | |
|--|--|--|---|---|
| | -Videojuegos 16 bits en adelante. | | -Inicio de Redes Sociales. | novelas, cortometrajes, animaciones, dibujos, cómics, etc. |
| Tercera trilogía 2015- actualidad | -Series animadas digitales 3D. -Figuras de acción. -Videojuegos HD, MMORPG, VR, móviles etc. | -Adquisición de LucasFilm y todas sus franquicias por parte de Disney. | -Posicionamiento de la web 3.0 -Utilización de la Big Data. -Inteligencia artificial. -Posicionamiento de Redes Sociales para la comunicación. -Realidad virtual. | -Continúan <i>Cosplay</i> y convenciones. -Distribución de contenidos digitales por redes sociales. -Interacción de fans por redes sociales y plataformas de videojuegos. |

Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla, las cuatro dimensiones (empresarial, tecnológica, profesional y comunicativa) se encuentran interrelacionadas entre sí, donde los movimientos empresariales de la industria impactan directamente con los productos elaborados, a su vez, las nuevas tecnologías como posibilitadoras de cambios en la producción y consumo de productos comunicativos, interviene directamente con las creaciones tanto de la industria como de los fans. Se muestra entre ellas una correspondencia de desarrollo y cambio que ubican sus relaciones a través de la complejidad.

En el siguiente apartado se profundizará en el papel trascendental de los fans de Star Wars como los creadores y perpetuadores de la cultura del Universo Star Wars.

2.3 Los Fans de Star Wars

Los fans del Universo de Star Wars consumieron todos los artículos que LucasFilms otorgaba como parte de los productos oficiales, sin embargo, teniendo en cuenta que una

de las características transmedia es contar con un universo abierto, era parte del desarrollo natural que los fans construyeran sobre él, donde encontrarían un mar de posibilidades; teniendo en cuenta las veces que ellos se sintieron insatisfechos por una película, serie, cómic o novela, podían crear sus propias narraciones con base a su gusto y conocimiento.

Como se pudo observar en la Tabla 1, los Fanzines son las primeras expresiones comunicativas que realizaron los fans para expresarse: “Los fanzines eran comúnmente enfocados a *fanfiction*, poesía y *fanart*, pero también incluían editoriales y artículos que abarcaban especulaciones de los fans, debates e interpretaciones de los films” (Elovaara, 2013). Esos *fanfiction*¹⁶ y posibilidades creativas, representaron el poder de los fans para cambiar cosas de sus personajes y accionarlos en contextos y situaciones diversas. Las narrativas, locaciones, y personajes les pertenecían. Así comenzaría la tensión entre LucasFilms y los fans por la utilización del *copyright*¹⁷ durante las décadas de los 80 a finales de los años 90.

Pese a la búsqueda de los fans por crear contenidos que cambiaran aspectos del Universo Star Wars a su gusto, son ellos mismos los defensores del canon puro de las trilogías originales, aspecto que se dio a notar en el peso de las críticas que tuvieron consigo los cambios que George Lucas realizó a la primera trilogía en 1997, para las nuevas ediciones en DVD, aumentando efectos especiales digitales y editando escenas con base a su criterio. Dichos cambios generaron un conflicto donde se vendía únicamente las películas con reediciones sin posibilitar a los fans adquirir las versiones originales.

Un ejemplo importante de ello es el movimiento surgido con la remasterización de la nueva versión del episodio IV, donde se cambia la escena de la charla de cantina entre

¹⁶ Los *fanfiction* son narrativas creadas por los fans, en donde crean historias con base a una narración precedente (de la cual son admiradores) generando nuevas historias.

¹⁷ Derechos de autor.

Han Solo y Greedo, un extraterrestre cazarrecompensas. En la película original Solo le dispara inminentemente al alienígena, mientras que en la remasterización Greedo dispara antes y así le da motivos a Solo para matarlo. Los fans estaban tan disgustados que comenzaron el movimiento *Han shot first* como crítica a los cambios realizados (Millán, 2019). Los fans discutían un cambio en la escena del personaje que desvirtuaba la obra original. Para la remasterización de 2004, la escena se cambió al grado de hacer que ambos disparos ocurran casi al mismo tiempo, aspecto que siguió sin dejar completamente felices a los fans.

Se ubica entonces a los fans no sólo como creadores y extensión del Universo, sino también como grupo de choque contra la industria.

Al mismo tiempo que se realizaban los Fanzines, los fans comenzaron a crear sus propias películas, el avance de la tecnología permitía a más personas adquirir videograbadoras caseras, las cuales facilitaban a los fans realizar sus propios cortos e inclusive películas completas del universo que tanto admiraban; para ello en su mayoría utilizaban las mismas mercancías de Star Wars, como las figuras de acción¹⁸ o los disfraces oficiales, por lo que si bien se encontraban realizando productos comunicativos ajenos a los derechos de autor, al mismo tiempo invertían dinero (y por supuesto tiempo) en la franquicia. Si bien en un primer momento se realizaban dichas producciones audiovisuales para recrear escenas de los filmes, posteriormente se utilizaron a modo de crítica.

Uno de los momentos más importantes para los fans, fue la recepción de las precuelas de la saga, donde después de 17 años, los fans podrían conocer la parte de la narrativa que se les prometió desde finales de los años 70. Como ya se mencionó, el episodio I

¹⁸ Las figuras las utilizaban para hacer animaciones con base en la técnica *stop motion*.

figura como una de las películas con más recaudación (gracias a la expectativa de los fans) pese a ser calificada como la peor película de toda la saga.

Los fans discutían una traición hacia los filmes originales con los que crecieron (Philippe, 2010), y comenzaron un movimiento de creación de contenidos audiovisuales donde destacaron nuevas versiones de las precuelas, canciones donde exponían su decepción con George Lucas, y animaciones críticas en series televisivas.

El resentimiento de los fans se podía expresar y compartir. Uno de los personajes más odiados por las generaciones primogénitas¹⁹ fue Jar Jar Blinks, personaje destinado a hacer un acercamiento con las generaciones más jóvenes gracias a su humor simple. El odio hacia Jar Jar llevó a los fans a crear representaciones de su muerte, tanto en productos audiovisuales como en videos *live action*.

Las demandas del público tenían un peso importante para la industria, y utilizaron las nuevas tecnologías a su favor, ejemplo de ello es la distribución y comercialización de las series originales en Internet, que si bien era ilegal, ellos alegaban su preservación como acto de reserva al patrimonio cultural.

El movimiento de riña entre los fans y la Industria, representada directamente por George Lucas, significó un alza en la creatividad de los fans. La ventaja de la nueva era es que ahora podían distribuir sus contenidos por todo el mundo, e inclusive ganar dinero con ello²⁰.

Una de las características más importantes respecto al comportamiento de los fans, se relaciona directamente con la necesidad de crear vínculos con sus iguales, aspecto que le otorga la denominación de comunidad. Como primer desarrollo de este movimiento

¹⁹ Se utiliza la connotación de generación primogénita a la generación que fue partícipe de ver la trilogía original en sus años de estreno.

²⁰ Ejemplo son los *remake* o cualquier contenido audiovisual subido en Youtube, o en alguna página de internet, donde a base de sus reproducciones y la publicidad inserta, los creativos pueden cobrar regalías.

se ubican los clubs de fans, que comenzaron siendo locales y se convirtieron en globales, así mismo partieron de lo general a ser especializados.

Ejemplo de ello es el auge de principios de los años 2000 donde se creó una filosofía basada en la saga, denominada *Jediism*, la cual practica el estudio de textos para ejercer en la vida diaria las enseñanzas de los Jedi, a modo de religión. La extensión de esta comunidad (de un grupo de algunos cuantos, a ser miles) la permitió el Internet, donde se promovía esta religión por medio de páginas web.

Otro ejemplo de comunidad, más específicamente “comunidad virtual”, es el videojuego *Star Wars: The Old Republic* que permite a los jugadores a crear un personaje e interactuar dentro de la historia y con otros jugadores, creando así alianzas y grupos dedicados a seguir la mecánica del juego.

Así como los ejemplos anteriores, existen bastantes eventos y movimientos que buscan la interacción entre fans, posibilitados por supuesto por la riqueza transmedia del Universo Star Wars más las nuevas tecnologías. Hoy en día lo más visible son los grupos de fans en redes sociales, donde se facilita compartir información y habilitar el diálogo en tiempo real, y por supuesto, compartir creaciones propias, que pueden ir desde lo más sencillo como memes, hasta novelas completas o filmes audiovisuales de increíble complejidad.

El Universo de Star Wars lleva hasta ahora 44 años y tres generaciones de fans que han evolucionado a la par de la tecnología, donde las creaciones de sus propios contenidos son innumerables.

Capítulo 3 Hipermediaciones y complejidad

El presente capítulo tiene el objetivo de examinar los conceptos de hipermediación y sistemas complejos para distinguir la compatibilidad teórica, ubicada en el área de estudio de la comunicación, donde se pretende identificar los fenómenos contemporáneos de la comunicación digital como un sistema complejo.

En los capítulos anteriores se presentó un estado del arte sobre la ubicación de los fans como objeto de estudio; por su parte este capítulo pretende vincular la relación teórica con el objeto de investigación, donde la interacción de los fans en el ciberespacio a través de las comunidades virtuales, muestran que la complejidad es inherente en dicho proceso comunicativo, por la misma concepción de su contexto: “El ciberespacio es un sistema complejo de medios de comunicación porque está integrado por numerosas aplicaciones o desarrollos que se ‘comportan’ como medios de comunicación articulados entre sí, pues permiten vincular multidireccionalmente a numerosos agentes sociales de formas funcionalmente diferenciadas...” (Gallardo, 2017a).

Se parte de identificar el concepto de hipermediación desarrollado por Scolari, el cual se entiende como “(...) procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (Scolari, 2013). Una vez definidas las hipermediaciones, se revisará su uso en el campo académico contemporáneo.

Posteriormente se analizará el uso de los sistemas complejos como una corriente analítica que permita cubrir las necesidades de investigación que involucran las hipermediaciones, para lo cual se partirá de su descripción hasta el uso concreto que tiene en los estudios de Ciencias Sociales.

Finalmente se explicará la pertinencia teórica de la concepción de las hipermediaciones como sistema complejo en el campo de estudio de la comunicación, con la finalidad de generar un enfoque analítico innovador.

3.1 Sobre el concepto de hipermediación

“Si en 1987 Jesús Martín Barbero permitió dar el salto ‘de los medios a las mediaciones’, reformulando de esta manera los estudios de comunicación, creo que ha llegado el momento de pasar ‘de los nuevos medios a las hipermediaciones’. En otras palabras, se trataría de superar la fascinación de frente al dispositivo técnico (el objeto) y encarar su análisis crítico teniendo en cuenta la compleja trama de relaciones en que se desarrollan (procesos)”. (Scolari, 2008). Explica Scolari en su blog *Hipermediaciones*, donde en 2008 anunciaba la publicación de su nuevo libro con el mismo título.

El concepto de hipermediación, utilizado en esta investigación, busca describir los fenómenos complejos que acontecen en los procesos comunicativos mediatizados de la actualidad. Existe en el libro una definición concreta de hipermediaciones:

“...procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí” (Scolari, 2008:113).

Cuando hablamos de ‘hipermediaciones’ no estamos simplemente haciendo referencia a una mayor cantidad de medios y sujetos sino a la trama de reenvíos, hibridaciones y contaminaciones que la tecnología digital, al reducir todas las textualidades a una masa de bits, permite articular dentro del ecosistema mediático. Las hipermediaciones, en otras palabras, nos llevan a indagar en la emergencia de nuevas configuraciones que van más allá -por encima- de los medios tradicionales (*Definiendo las hipermediaciones.* /

Hipermediaciones, s. f.).

Dentro de la formación de dicho concepto, se analiza la necesidad de un nuevo paradigma de la comunicación que satisfaga las necesidades de análisis que la tecnología ha posibilitado; las necesidades teóricas para formarlo, así como una crítica profunda a los análisis comunicacionales elaborados desde los *mass media* a la actualidad.

Scolari menciona características fundamentales que el concepto de hipermediaciones puede dejar ver: en primer lugar, la reivindicación del rol activo del receptor (2008:117). Como se mencionó en el capítulo 1 respecto a los prosumidores y webactores, se debe reconocer el papel trascendental del actor respecto a la evolución de los medios, los cuales hoy en día posibilitan al receptor a evolucionar a la par y convertirse en actor del mismo proceso comunicacional del que es parte y a la vez interviene.

En segundo lugar, el papel trascendental de la tecnología, la cual "...se convierte en objeto del discurso y entra a formar parte de una trama cultural donde el conocimiento y poder se entremezclan" (2008: 72). La tecnología es una base considerable que da pie a que las nuevas formas de comunicación se desarrollen; ello posibilita o imposibilita la comunicación, por lo que es uno de los eslabones más importantes.

En tercer lugar, se especifican los cambios de la economía política que traen consigo las nuevas interacciones de las hipermediaciones, donde la producción, los textos y el consumo de los medios han cambiado; todas las interacciones que existían anteriormente se han complejizado con base las necesidades del *copyright*, redes sociales, multipantallas etc.

Como cuarto lugar se debe considerar que el tiempo de las hipermediaciones "...es policrónico, reticular y discontinuo... el consumo hipermediático se fragmenta de manera

reticular...” (2008: 277) esto quiere decir que la posibilidad de conexión entre actores genera imposibilidades para poder medir el tiempo de las interacciones.

Finalmente, “...las hipermediaciones se caracterizan por generar metaproductos que combinan los lenguajes y medios tradicionales dentro de un formato interactivo” (2008:287) Esta hibridación permite la generación de contenidos nuevos con base a las recombinaciones aleatorias que pueden adquirir los productos de esta índole, en ellas las posibilidades de combinación pueden ser infinitas.

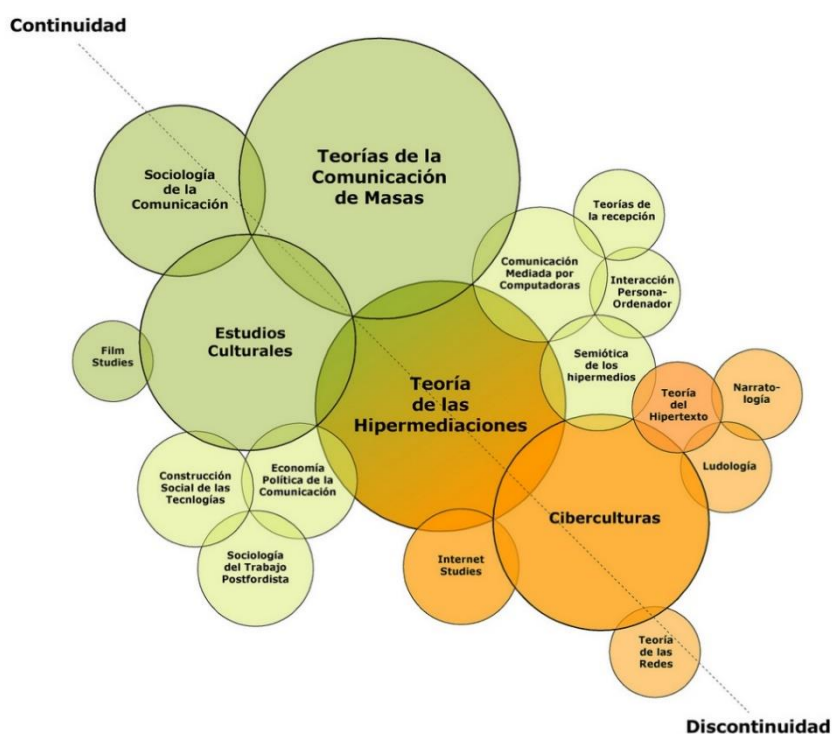
Cabe apuntar que estas hipermediaciones pueden resumirse en las características que diferencian las nuevas formas de comunicación de las tradicionales:

- Transformación tecnológica (digitalización).
- Configuración muchos-a-muchos- (reticularidad).
- Estructuras textuales no secuenciales (hipertextualidad).
- Convergencia de medios y lenguajes (multimedialidad).
- Participación activa de los usuarios (interactividad). (Scolari, 2008:78).

Aunado a eso, se comprenden las áreas que influyen en los procesos de hipermediaciones, como lo es la economía política (de parte de la industria) la sociología y psicología (por parte de los usuarios), y la comunicación (para los estudios de los medios). Entre todas las vertientes que pueden tener dichas áreas de estudio.

Entre las materias que se deben identificar para generar un análisis pertinente de las hipermediaciones, Scolari muestra el siguiente mapeo, en el cual se reflejan las áreas que deben conversar para generar una futura teoría de las hipermediaciones, a modo de un primer acercamiento epistemológico.

Imagen 5



Las conversaciones que delimitan la teoría de las hipermediaciones (Scolari, 2013: 290).

Como se puede observar, son diversas las áreas que propone el autor, y con su modelo se muestran los vínculos entre las distintas disciplinas. La línea entre el eje de continuidad/discontinuidad “...ordena las conversaciones que tienen como partícipe las (...) hipermediaciones” (Scolari, 2013: 290).

El eje transversal que se propone en esta investigación, pretende posibilitar el diálogo entre las áreas que estudian las hipermediaciones como un todo; el análisis de los sistemas complejos, que bajo su característica fundamental de desarrollarse por medio de la transdisciplina, generará los recursos necesarios para estudiar esta clase de fenómeno multifactorial.

A continuación, se presentan brevemente los estudios e investigaciones que han tomado el concepto de hipermediación para ejemplificar los nuevos comportamientos

comunicacionales en la era digital, esto con la finalidad de comprender las problemáticas que dicho concepto permite trabajar.

En un estado del arte elaborado por Scolari, él menciona que en los títulos más importantes que se han basado en sus textos respecto a hipermediaciones, destacan dos: *Periodismo transmedia* (2018) de Denis Porto y Jesús Flores, y *Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después* (2012), escrito por Guadalupe López y Clara Ciuffoli. Ambos libros, desde un objeto de investigación específico y diferente, concuerdan con la necesidad de mostrar los nuevos fenómenos de la realidad digital con dicho concepto, ya que explica ampliamente las características de los procesos que se generan en la actualidad.

En el texto *Emerging professional Radio and Television Figures in the hipermedia era*, los autores mencionan el surgimiento de la hipermedialidad en el contexto de la neotelevisión y la paleotelevisión (Luzón-Fernández, Gómez-González, & Cervantes-Urbietta, 2017:46), esto debido a la función hipertextual de la producción de nuevos contenidos, haciendo que actualmente las audiencias busquen entornos de interactividad donde se puedan desenvolver.

En una investigación elaborada en la Pontificia Universidad Javeriana, se generó un análisis de plataforma hipermedial para ejercicios autobiográficos; dentro de sus análisis teóricos el autor señala:

...Podemos llamar ‘hipermedias’, siguiendo a Vouillamoz, a las obras digitales que articulan cuatro componentes: funcionan con base en el hipertexto (expresión no lineal del discurso), integran multimedia (utilizan diferentes morfologías de la comunicación: animaciones, audio, video, etcétera); requieren interactividad (capacidad del usuario para ejecutar el sistema a partir de sus acciones) y están abiertos a la conectividad (es decir, a la comunicación on-line, ya sea porque incluyen enlaces a la red y/o porque su acceso se

hace por medio de ella). Hipermediación sería entonces toda creación (artística o no) que ponga en juego estas cuatro condiciones (Rodríguez, 2018:322).

La investigadora Laura Regil de la Universidad Pedagógica Nacional explica:

Para comprender qué es hipermedia, es conveniente conocer su antecedente inmediato: el hipertexto, ya que ambos comparten la misma base tecnológica ...El hipertexto es un sistema informático que trabaja por medio de asociaciones...para lograr una consulta eficiente, rápida y flexible. Esta capacidad asociativa de interconexión es posible gracias al uso de diferentes programas informáticos basados en la tecnología interactiva (*Narxiso.com—Hipermedia; Laberintos Digitales, 2005*).

Aquí cabe señalar históricamente el inicio de la web como máximo uso de hipertexto.

En cuanto a su estructura, un hipermedia es un sistema semejante al del hipertexto. A diferencia de éste, se le ha incorporado la capacidad de interconectar, no sólo textos, sino enlazar digitalmente información de diferentes medios y elementos del lenguaje audiovisual como son: texto, imagen (fija o en movimiento como el video o la animación) audio (música, voz, efectos, etcétera). El hipermedia es un nuevo medio, en donde el diseño y creación de mensajes hipermediáticos requiere de la conjunción de varias áreas del conocimiento humano, tan variadas y complementarias como son: comunicación, ciencias cognitivas, informática, ergonomía y otras. (*Narxiso.com—Hipermedia; Laberintos Digitales, 2005*).

Cabe mencionar la diferencia entre multimedia e hipermedia. “Multimedia es la combinación o utilización de dos o más medios de forma concurrente... el término hipermedia toma su nombre de la suma de hipertexto y multimedia, una red hipertextual en la que se incluye no sólo texto, sino también otros medios: imágenes, audio, video, etc”. Entendida la hipermedia como el resultado de la combinación de hipertexto y multimedia, la autora define “...hipertexto se entiende como la organización de una base

de información en bloques discretos de contenido llamados nodos (en su mínimo nivel), conectados a través de enlaces cuya selección genera distintas formas de recuperar la información de la base; la multimedia consiste en la tecnología que utiliza la información almacenada en diferentes formatos y medios, controlados por un usuario (interactividad). (Lapuente, 2018).

En síntesis, la evolución del hipertexto, al hipermedia y finalmente la versión más completa, que es con la que comenzamos, hipermediación; muestra que la interacción entre los elementos que la componen son varios, que van desde las tecnologías que las posibilitan, las sociedades que las consumen, la economía que las comercializa, etcétera.

3.1.1 Las interfaces, el paso hacia el estudio de la hipermediación

Scolari dejó en claro que su análisis de las hipermediaciones era una búsqueda para concretar la teoría de la comunicación digital interactiva; se destaca el ejercicio riguroso de la creación de una teoría y todo lo que ello implica. En el apartado anterior se describió el antecedente de las hipermediaciones, así como su definición, a continuación, se explicará el desarrollo práctico que implicó este concepto.

El autor menciona que las características de la investigación de las hipermediaciones son las siguientes:

1. Se estudia la influencia de lenguajes y la aparición de nuevos sistemas semióticos.
2. Mirada desde lo participativo (se investigan la convergencia de medios y la aparición de nuevas lógicas colaborativas).
3. Espacio político virtual (construcción desviada de lo global-posmoderno).

(Scolari, 2012).

La actual investigación se encuentra posicionada en su mayoría en el punto 2, al referirse a los procesos comunicativos de los fans (sin embargo los otros dos puntos se mostrarán de manera indirecta); la cuestión siguiente es comprender cómo se puede analizar una hipermediación de ese tipo.

Scolari demuestra en varias ocasiones la utilización de la metáfora ecológica (ecología de la comunicación) para visualizar la interacción de la evolución mediática: “si los viejos televidentes, al convertirse en usuarios, se transforman y asumen un nuevo rol, también los viejos medios están siendo reconvertidos a partir de su contaminación con los hipermedios” (Scolari, 2012).

Lo anterior demuestra los intentos del autor por integrar la ecología y la evolución mediática para el estudio de las hipermediaciones, sin embargo, explicita al estudio de las interfases como el elemento integrador entre la ecología y la evolución mediática. “¿Por qué no pensar que el concepto de interfaz pueda convertirse en la “unidad mínima” de la ecología y la evolución mediática?” (Scolari, 2012). Es así como el autor comienza a crear un instrumento metodológico a partir de su concepción nueva de interfaz, la cual busca ser más amplia respecto a la simple categorización de la relación con la usabilidad y los usuarios.

Se comprende por interfaz a una “red de actores humanos y tecnológicos que interactúan y mantienen diferentes tipos de relaciones entre sí” («¿Cómo analizar una interfaz?», 2019) Menciona que para analizarlas se debe partir de los actores (tecnológicos y humanos); posteriormente analizar las relaciones que los unen, y finalmente analizar los procesos.

En concreto, se identifican las siguientes categorías de análisis para las hipermediaciones:

1. Actores: entendidas como entidades.

2. Relaciones: comprendidas como conexiones entre actores.
3. Procesos: secuencias de operaciones.

Con la finalidad de vincular directamente a dichas categorías bajo la razón de hipermediaciones, éstas se buscarán en las características: digitalización, reticularidad, hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, que describen la lógica de las hipermediaciones.

Partiendo de lo anterior, se entiende entonces que el instrumento metodológico diseñado para analizar a las interfases es útil para analizar las hipermediaciones visualizadas en esta investigación, en donde se observa una fuerte relación con la perspectiva de la complejidad dentro de los postulados del autor:

En el libro *Las leyes de la interfaz* (Scolari, 2018), la ley número 8 evoca directamente a la complejidad: “Las interfases están sometidas a las leyes de la complejidad” donde analiza la evolución del ecosistema de interfaces desde la perspectiva de las teorías de la complejidad.

Dentro de su descripción de sistema complejo, Scolari menciona: “Un sistema es /complejo/ cuando está compuesto por elementos interrelacionados que exhiben propiedades generales no evidentes en la suma de las partes individuales” (Scolari, 2018:130). En el próximo apartado se profundizará más respecto a la concepción de sistema, sistema complejo y complejidad.

3.2 Los sistemas complejos

Partiendo de la premisa de la imposibilidad de analizar la realidad por medio de reduccionismos, se propone a los estudios de la complejidad, y en concreto a los sistemas complejos, como la solución a los problemas epistémicos-metodológicos que conlleva el

estudio de las hipermediaciones, las cuales tienen una necesidad específica al involucrar varias áreas de estudio, múltiples factores que intervienen en su desarrollo y la no linealidad de su evolución.

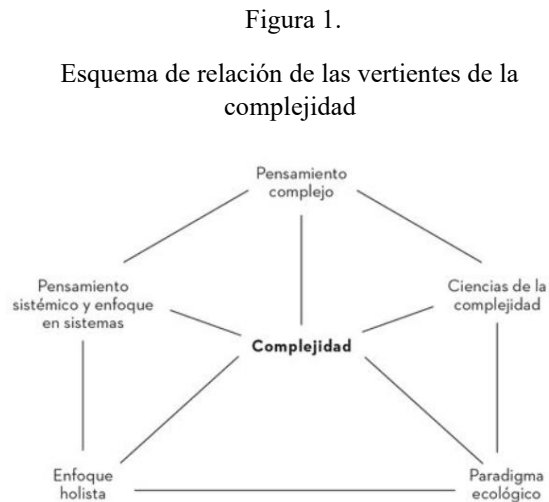
El origen de los estudios de la complejidad se remonta al área físico matemático, aquí destaca la obra del francés Jules Henri, quien bajo la noción de caos y bifurcación analiza los sistemas dinámicos, lo cual generaría las primeras discusiones teóricas respecto a la complejidad.

Años más tarde, gracias a la transdisciplina, se posibilitarían los conocimientos que devinieron de los sistemas dinámicos, los fractales, cibernética, entre otros. Cabe tener en cuenta que la transdisciplina se entiende como el establecimiento de conexiones y acuerdos entre diferentes campos de conocimiento con la finalidad de crear puentes de comunicación, fusionando hallazgos y procedimientos de investigación bajo un principio de complementariedad con el propósito de comprender el mundo presente (Gallardo, 2017b).

Dicho diálogo motivó a los campos disciplinarios a abrirse y desdibujar las barreras que los dividían, generando así conocimientos nuevos y aptos a las necesidades de los fenómenos de la realidad que se buscaban estudiar. Así, se generó una reivindicación de las Ciencias Sociales como área necesaria para generar conocimientos.

Dentro de ese movimiento, las ciencias sociales adoptaron conceptos y metodologías de áreas contrarias, siendo de esta manera que la complejidad se incorporó a los conceptos que buscaban analizar a las sociedades.

Actualmente se puede ubicar a la complejidad como un paradigma emergente, el cual aún se encuentra en formación. Respecto a las vertientes de la complejidad, Enrique Luengo explica cinco campos (Fig. 1) que han dedicado su esfuerzo a plantear dicho paradigma, en los cuales los siguientes principios definen la convergencia de dichas áreas, y al mismo tiempo reflejan las características de los estudios sobre complejidad:



(Luengo, 2018: Location 315)

- La complejidad como síntesis y potencial integrativo.
- La visión inter y transdisciplinar.
- La oposición a la ciencia normal o a la ciencia moderna convencional.
- Los sistemas u organizaciones en no equilibrio y complejidad creciente.
- El estudio del cambio y el papel del tiempo.
- La no linealidad de la realidad y la incertidumbre.
- La revisión de la causalidad clásica y la complejidad.
- La capacidad autorganizativa de los sistemas y el surgimiento de emergencias.

(Luengo, 2018: Location 369).

Las vertientes que se ocuparán en esta investigación adhieren al pensamiento complejo y los sistemas complejos, sin embargo como menciona el autor, todas las vertientes comparten características, por lo que aspectos holísticos o ecológicos²¹ también entran en juego cuando se refiere a la complejidad.

²¹ El pensamiento ecológico en la comunicación es visible desde las observaciones de McLuhan, quien proponía una Ecología de los medios debido al carácter de desarrollo que estos poseían. Varios autores siguieron con dichas observaciones, dentro de los cuales destaca Scolari, como partidario de la utilización

La vertiente del Pensamiento Complejo tiene como su padre a Edgar Morin; uno de los primeros autores en exponer directamente a la complejidad como objeto de estudio y posible método de análisis, no sólo para áreas matemáticas, sino para explicar toda la realidad en sí. Para lo cual, identificó el paradigma de simplificación, el cual constituye los principios de disyunción, reducción y abstracción. (Morin & Pakman, 2011:15).

Dentro de un primer acercamiento al concepto de complejidad, el autor menciona: "...la complejidad es un tejido (*complexus*: lo que está tejido en conjunto) de constituyentes heterogéneos inseparablemente asociados: presenta la paradoja de lo uno y lo múltiple..." (Morin & Pakman, 2011:17).

En su análisis y generación de los 3 volúmenes de *El Método* se busca "...sustituir al paradigma de disyunción/reducción/unidimensionalización por un paradigma de distinción/conjunción que permita distinguir sin desarticular, asociar sin identificar o reducir" (Morin & Pakman, 2011:18). Así se planean los principios del pensamiento complejo como la solución a los reduccionismos teóricos manejados por la ciencia convencional.

Respecto a la Teoría de Sistemas, Morin la reconoce como un parteaguas para el estudio de la complejidad; esta macroteoría, genera una visión amplia, la cual, junto a la cibernética lograron la percepción de un todo que no se reduce a la suma de sus partes y hacer evidente la necesidad transdisciplinar para el estudio de la realidad.

Para Morin, el origen de la complejidad como objeto de estudio científico nace con la Cibernética, en especial en el trabajo de von Neuman y el estudio de la auto-organización. Ahí se entiende a la complejidad como "...un fenómeno cuantitativo, una cantidad

de la Ecología de los Medios como teoría transmedia centrada en las interacciones (mencionado en el apartado anterior).

extrema de interacciones e interferencias entre un número muy grande de unidades... comprende también incertidumbres, indeterminaciones, fenómenos aleatorios...siempre está relacionada con el azar...” (Morin & Pakman, 2011:35).

La derivación del estudio de la complejidad, que sucede a la visión sistémica, comienza con el concepto de sistema abierto, aquel que se encuentra directamente influenciado por su entorno; de la idea de sistema abierto se derivan dos consecuencias: “...la primera es que las leyes de organización de lo viviente no son de equilibrio; sino de desequilibrio... la segunda... es que la inteligibilidad del sistema debe encontrarse no solamente en el sistema mismo, sino también en su relación con el ambiente, y esta relación no es una simple dependencia, sino que es constitutiva del sistema” (Morin & Pakman, 2011:24). Abriéndose así el área de oportunidad del estudio de la complejidad haciendo visible las relaciones entre elementos y su gran complejidad al vincularse con el entorno. Así comienza la vertiente de sistemas complejos.

Rolando García, discípulo de Piaget (creador de la epistemología genética), basándose en las enseñanzas sobre la complejidad de su profesor, generó bases sólidas respecto a la concepción de los sistemas complejos. García cuestiona los postulados de Morin y menciona que no logra concretar las bases de este concepto, para lo cual él genera sus propias explicaciones.

Para Rolando un sistema es una: “...representación de un conjunto de situaciones, fenómenos, procesos, que pueden ser modelizados como una totalidad organizada, con una forma de funcionamiento característica” (García, 2006:79), de los cuales se diferencian los sistemas descomponibles y los no descomponibles, siendo los no descomponibles donde naturalmente entran los sistemas complejos: “los procesos que determinan su funcionamiento son interdefinibles y múltiples, en tanto resultan de la

confluencia de diversos factores que interactúan de manera tal que no pueden ser aislados (García, 2006:80).

Los principios característicos de los sistemas complejos se resumen por el autor de la siguiente manera: "...una disposición de sus elementos por niveles de organización con dinámicas propias, pero interactuantes entre sí; y la evolución que no procede por desarrollos continuos sino por reorganización sucesiva." (García, 2006:80).

Dentro del enfoque metodológico, el autor propone que los sistemas deben analizarse por medio de un recorte de sus datos empíricos, basado en la observación de los flujos de entrada y salida sobre su comportamiento con base al entorno que lo perturba (García, 2006:82-83).

"La complejidad de un sistema no está solamente determinada por la heterogeneidad de los elementos... la característica determinante de un sistema complejo es la interdefinibilidad y la mutua dependencia de las funciones que cumplen dichos elementos dentro del sistema total" (García, 2006:87), he ahí porqué se refiere a sistemas que no se pueden descomponer; las interacciones del sistema resultan de lo múltiple entre sus elementos.

Dentro de las críticas que se le pueden realizar al autor, es la forma en como ubica a la interdisciplina como la manera de abordar un fenómeno de carácter complejo. Hoy en día se comprende que la transdisciplina es la vía adecuada para generar conocimiento dentro de la percepción de la complejidad. "En el estudio interdisciplinario de los sistemas complejos, la articulación entre disciplinas comienza en el mismo punto de partida de la investigación, a través de un marco epistémico común... que fija normas basadas en sistemas de valores que orientan el tipo de preguntas que cada investigador va a introducir en términos de su propia disciplina..." (García, 2006:106). La compatibilidad entre

disciplinas a través de las posibilidades transdisciplinares genera conocimientos específicos para el objeto o fenómeno, lo cual lo hace más viable para estudiar como un todo complejo.

Dentro de su diagnóstico para la ubicación de sistemas complejos para su posterior estudio, se realizan las siguientes señalizaciones: “Los sistemas complejos se comportan como ‘totalidades’ compuestas de subsistemas. Llamaremos *funcionamiento* del sistema al conjunto de actividades del sistema como un todo, y *función* a la contribución de cada elemento o subsistema al funcionamiento del sistema” (García, 2006:97).

Otra característica que define a los sistemas complejos para este autor es que “...los sistemas complejos poseen una doble característica (1) estar integrados por elementos heterogéneos en permanente interacción y (2) ser abiertos, es decir, estar sometidos como totalidad, a interacciones con el medio circundante...” (García, 2006:122).

Un sistema es una representación de un recorte de la realidad. Los elementos con los cuales se constituye este recorte expresan abstracciones y conceptualizaciones del material empírico (observables, hechos, procesos) tomando como dominio de la investigación. La organización de dicho material se realiza a partir de inferencias con las cuales se vinculan los procesos que concurren al tipo de actividades que caracterizan el funcionamiento del sistema (García, 2006:182).

La teoría de los sistemas complejos, por lo tanto, reconoce la construcción subjetiva de la realidad por medio del investigador, y trabaja con ella, no la niega, a diferencia de otras metodologías. El observador del sistema es parte de él desde que lo observa.

Ahora bien, respecto a la vertiente de las Ciencias de la Complejidad, cabe aclarar que ésta se centra en el estudio de los sistemas dinámicos, es decir, se vincula directamente con la vertiente sistémica.

El concepto de sistema complejo designa simultáneamente un campo científico interdisciplinario conocido como ciencias de los sistemas complejos o, simplemente, ciencias de la complejidad, y constituye al mismo tiempo, el objeto de estudio de los mismos. Como objeto de estudio, los sistemas complejos comprenden el comportamiento adaptativo, autoorganizado, emergente y no lineal de fenómenos y procesos del mundo físico, biológico y social. (Rodríguez & Roggero citado en: Luengo, 2018).

3.2.1 Los Sistemas Adaptativos Complejos SAC

Concretado lo anterior, a continuación, se mostrará una revisión de los conceptos de complejidad más actuales, generados por el investigador Lara Rosano, quien desde el Centro de Ciencias de la Complejidad (C3) de la UNAM, ha generado las teorías pertinentes para la comprensión de la complejidad dentro del área de los estudios sociales.

Para Lara: “Un sistema complejo es una estructura de individuos interrelacionados a varios niveles. Las interrelaciones a todos los niveles son no lineales, dinámicas (cambian con el tiempo) y muchas veces circulares, llamadas retroalimentaciones.” (Lara, 2017a:47).

Dentro de las múltiples definiciones que el autor revisa para generar su metodología, la de los SAC: Sistemas Adaptativos Complejos, son las que más reflejan el comportamiento de los sistemas sociales y humanos debido a su base sobre el enfoque de las redes sociales.

“Los sistemas adaptativos complejos (SAC) son efectos complejos, organizados y autorregulados para sustraerse en sí mismos o a uno de sus efectos... a la contingencia, al aumento de entropía o a ambas...” (Lara, 2017:73a) El concepto surge de la teoría

general de sistemas, la cibernética y la ciencia de la complejidad, introducido al mundo académico en 1967 por Walter Buckley.

Los SAC se clasifican en cuatro grupos: artificiales (fabricados por el hombre), biológicos (surgidos de la naturaleza), psíquicos (respecto a la mente del ser humano) y sociales (organizaciones, instituciones, comunidades).

Para poder estudiar y comprender los SAC, es necesario prestar atención a las interacciones entre agentes. “La complejidad es el resultado de la abundante interacción de elementos simples, que sólo responden a la limitada información que se le presenta a cada uno de ellos...” (Lara, 2017a:74). La dinámica de los SAC se sustenta en su historia; éstos evolucionan y su pasado es corresponsable de su comportamiento actual.

Respecto a los agentes²², estos “son unidades semiautónomas que buscan maximizar alguna medida de su aptitud evolucionando con el tiempo. Los agentes exploran su entorno... y desarrollan... esquemas de acción homeostática, que son memes que integran tanto reglas de interpretación del entorno como reglas de acción” (Lara, 2017a:75). Esta adaptación genera un comportamiento específico donde el medio ambiente o entorno de un SAC envía distintos tipos de señales, que cuando pueden ser detectadas y analizadas por los receptores y los esquemas de interpretación de un SAC, pueden proporcionarle información sobre el entorno del que provienen las señales (Lara, 2017a:76).

La definición de los agentes se lleva a cabo dependiendo de las escalas o niveles de del sistema, debido a que cada agente individual de un SAC es un SAC en otro nivel; recordando que los sistemas siempre se encuentran inmersos en un sistema más grande.

²² Se utiliza el concepto de *agente* (a diferencia de *elemento* como se suele denominar en teoría sistémica). “Los agentes pueden ser concebidos como individuos autónomos que tratan de lograr alguna meta o valor personal, unidad o conveniencia, actuando sobre el ambiente, el cual incluye a otros agentes” (Vázquez, 2019). Esto muestra el carácter individual del agente a diferencia de un elemento que está intrínseco a un sistema.

“Cada agente se mantiene en un entorno que se crea a través de sus interacciones con otros agentes” (Lara, 2017b:35).

Las interacciones de los agentes son dinámicas y cambian con el tiempo, dicho cambio es el que permite observar su sistema de aprendizaje que les permite maximizar aptitudes al obtener información de su entorno.

“Cuando un sistema es un sistema adaptativo complejo, tiene la capacidad de detectar y analizar las señales que le llegan del entorno para extraer información sobre el mismo, se forma imágenes del mundo y de sí mismo y, de acuerdo con ellas, mediante esquemas de acción homeostática, puede determinar lo que debe hacer para cumplir con sus fines, frente a la situación propia y del entorno que ha detectado” (Lara, 2017b:37).

Como apunta la concepción de agente, para realizar análisis de Sistemas Complejos Adaptativos, idealmente se debe realizar un modelo basado en agentes: “Los modelos basados en multiagentes apuntan a una modelación que no sólo integra a los mismos agentes (personas, hormigas, *beats*, etcétera) y sus comportamientos, sino que se centra principalmente en el modelado de las acciones e interacciones que se manifiesten entre las entidades a través del medio ambiente” (Vázquez, 2019:102). Sus resultados se obtienen desde las acciones e interacciones entre los organismos y el medio ambiente, en otras palabras, entre los agentes y su entorno.

Cuatro conceptos apuntan al análisis de los agentes:

1. *La actividad autónoma del Agente.* Acciones por iniciativa propia para cumplir sus objetivos.
2. *La sociabilidad de los agentes.* Capacidad del agente de actuar con otros (ubicarlo en sociedad, la cual delimita al agente con reglas y normas).

3. *La interrelación como conector entre la autonomía del agente y la sociabilidad.*
Interacciones entre agentes producen procesos organizados de actividades. Las organizaciones estructuran las acciones individuales del agente.
4. *La contextualización de los agentes.* El contexto define condiciones en que los agentes existen. El contexto permite la interacción entre los agentes.

(Vázquez, 2019).

3.3 Las hipermediaciones como sistema complejo

Una vez teniendo en claro qué son las hipermediaciones y las consideraciones para realizar estudios desde la complejidad, a continuación, se especificarán las características que hacen a las hipermediaciones un potencial para estudiarlas como un sistema complejo, específicamente un Sistema Complejo Adaptativo.

Considerando las diez características centrales para ubicar un fenómeno como sistema complejo (Cilliers, 1998), se llevará a cabo un acercamiento sus cualidades (digitalización, reticularidad, hipertextualidad, multimedialidad e interactividad) para corroborar el punto de complementación de ambas teorías.

1. Cuentan con una gran cantidad de elementos.

Las hipermediaciones cuentan por sí mismas con un gran número de agentes²³, comprobable por su característica de reticularidad (configuración muchos a muchos) que es la contraparte a la antigua forma lineal /broadcasting/ de transmitir información. Como se puntualizó en apartados anteriores, en las hipermediaciones convergen diversas plataformas, diversos lenguajes y diversas motivaciones para la transmisión de información.

2. La interacción debe ser dinámica y rica en sus intercambios entre elementos.

²³ Recordando las señalizaciones previas sobre la concepción de agente/elemento.

Esta característica es observable debido al advenimiento de las posibilidades digitales, la web 2.0, 3.0 y las redes sociales. Gracias a las nuevas tecnologías, actores tuvieron a su alcance herramientas que optimizaron sus posibilidades de creación e intercambios de información, hacia una dinámica más compleja, tanto de calidad como de contenido de sus creaciones.

3. Las interacciones entre elementos deben ser múltiples.

Unido al punto anterior, las diversas plataformas y tecnologías de la comunicación, posibilitan que las interacciones entre los actores sean variadas tanto en su número como en sus formas. Respecto al número, el alcance de interacción que posibilita la web es bastante alta como para vincular millones de persona en una sola creación de contenido; en tanto a la forma, los procesos de comunicación que permiten las hipermediaciones, tienen múltiples posibilidades de creación, que van desde una imagen, a una animación, un sonido, una novela, entre muchas otras; o bien, una mezcla de varios componentes para generar un proceso más grande.

4. Las interacciones no deben ser lineales.

La falta de linealidad de los sistemas hipermediales se debe en un primer momento a las transformaciones tecnológicas (digitalización) que confluye en el intercambio, producción y consumo de contenidos, los cuales se encuentran dependientes de las tecnologías que las posibilitan, por lo que se encuentran en constante cambio. Por otro lado, la reticularidad ya mencionada, es otra característica que demuestra la espontaneidad de las interacciones al vincular múltiples actores que pueden fungir tanto consumidores como productores, por lo que el rol también es cambiante.

5. Las interacciones generalmente tienen un rango corto.

Si bien se ha mencionado la posibilidad de alcance global de los contenidos creados en la hipermediación de los procesos comunicativos, también se toma en cuenta que, en un primer nivel, las interacciones de los agentes comienzan de forma local, gracias a su delimitación en su entorno. Al mismo tiempo, las posibilidades de redes digitales comienzan con un rango corto que se va incrementando con el tiempo gracias a la creatividad o capacidad de reproducción de los contenidos generados en las hipermediaciones.

6. Existencia de bucles de retroalimentación en las interacciones entre elementos.

La retroalimentación es una característica visible en la creación, distribución y consumo simbólico, ya que los actores cuentan con la característica de ser entes reguladores y organizadores de los procesos comunicativos. Una retroalimentación positiva estimula a los agentes y sus interacciones a seguirse generando, y una retroalimentación negativa inhibe dichas creaciones, las descarta e inclusive las puede llegar a destruir.

7. El sistema debe ser abierto al interactuar con el entorno.

Esta característica es muy visible en todas las hipermediaciones, en esta investigación es localizable gracias a la interactividad y la multimedialidad. Respecto a la primera, se ubica por la participación activa de los usuarios, los cuales accionarán con base a los contenidos, las tecnologías y cualquier otro actor que funcione como su entorno; respecto a la multimedialidad, la posibilidad de convergencia de diversos medios y diversos lenguajes estará posibilitada de igual manera por el entorno inmediato.

8. Operar en condiciones alejadas del equilibrio.

La hipertextualidad en las hipermediaciones, sus estructuras textuales no secuenciales, así como la reticularidad y la interactividad ya mencionadas, demuestran el porqué las hipermediaciones no son fenómenos lineales, secuenciales o equilibrados. Al tratarse de

nuevo de aspectos de creatividad de los agentes, puede resultar imposible una lógica permanente en los procesos comunicativos, al contrario, esta lógica es dinámica y cambia con el tiempo. Cabe recordar también el vínculo de sujetos + medios + lenguajes, y estos interrelacionados por la tecnología, como se observó en apartados anteriores. Por lo tanto, los procesos comunicativos que se desarrollan en el contexto de las hipermediaciones son complejos.

9. Tener una historia.

Esta característica de los sistemas complejos es un aspecto imprescindible para comprender su comportamiento. En el caso de las hipermediaciones, las tecnologías son las posibilitadoras del resguardo de la historia de las hipermediaciones. Desde la digitalización, se posibilitó el almacenamiento de grandes cantidades de información, lo cual genera un repositorio extenso de datos, información y contenidos de todo tipo. Los medios por sí mismos también cuentan con historia, una nueva tecnología de la comunicación no podría existir sin las que le precedieron (como se explica en la ecología de la comunicación).

10. Cada elemento ignora el comportamiento del sistema como un todo.

Todos los actores que intervienen en las hipermediaciones actúan con base a su alcance en las interacciones, sin embargo, es difícil concebir un actor que comprenda la gran trama que implica ser parte de una hipermediación. Como se mencionó en puntos anteriores, la interconexión entre actores se da en primer momento a escala local.

Una vez comprendido el punto de complementación de ambas teorías, donde las características particulares de las hipermediaciones demuestran que se trata de un fenómeno complejo, a continuación se mostrará su concepción como Sistema Adaptativo Complejo.

Recordemos que los SACs se dividen en diversos tipos, para los cuales se comprende al ciberespacio como un Sistema Adaptativo Complejo de tipo artificial (por haber sido creado), mientras que las comunidades, sean cuales sean sus tipos, estarán siendo representadas como Sistemas Adaptativos Complejos de corte social, al ser sociedades.

Con las características anteriores se puede afirmar que las hipermediaciones trabajan en diversos niveles de complejidad. En primer lugar, tenemos a la tecnología (SAC artificial) que interactúa con una industria (SAC social), donde se encuentra supeditado como cambios contextuales a la economía (SAC social) y a su vez está determinado tanto por productores como consumidores, que desde su individualidad son seres humanos (SAC biológico) y son parte de una comunidad y por ende sociedad (SAC social).

Si bien este aspecto pareciera ser confuso, en realidad responde a una ley básica tanto de los sistemas como de los sistemas complejos: Un sistema es un sistema depositado dentro de uno más grande, que a su vez es el sistema de otros. Esto enfatiza la necesidad de diferenciar niveles de interacción que dependerán del investigador ¿cuál es el sistema ahora, independientemente de que sean varios y estén interrelacionados entre sí al mismo tiempo?

Es menester recordar que la hipermediación específica de esta investigación; como se observó en los capítulos anteriores, toma como objeto a los procesos comunicativos de los fans, y todas sus interacciones, creaciones de contenidos y difusión de información, por medio de las posibilidades digitales. Se está delimitando a los fans de la una de las industrias más grandes e importantes de la cultura popular, el Universo Star Wars, universo que se desarrolló a través de las posibilidades transmedia en un tiempo y espacio específico, generando una evolución a la par de las nuevas tecnologías de la comunicación; se entiende así que esos actores tienen un rol en el sistema, pero al mismo

tiempo se ven influenciados por su sociedad, la economía y principalmente por la industria con la que están interactuando tanto como consumidores como productores.

Ahora bien, para identificar concretamente el comportamiento de los fans (vistos en esta investigación como comunidades virtuales) lo ideal es concebirlos como una Red Sistémica Compleja Adaptativa (RSAC), la cual se define como “...un conjunto de agentes, colectivos o sistemas interrelacionados que interactúan con arreglo a leyes locales para lograr objetivos locales, y que tienen la capacidad inherente de producir, por autoorganización, patrones de conducta emergentes...” (Lara, 2017a:78), con ello es aplicable el estudio de los sistemas sociales por medio del enfoque de redes sociales.

El concepto de agente, es equiparable y se complementa directamente con el concepto de actor, que menciona Scolari, en el cual se distinguen los actores tecnológicos de los actores humanos. Por esta razón, en la presente investigación se utilizará al agente como elemento del sistema, el cual confluye las características descritas en la teoría de las hipermediaciones; por lo tanto un agente se diferenciará entre agentes tecnológicos y agentes humanos. El *agente*, por ende, tienen un comportamiento autónomo y de localismos, sin embargo, el alcance de sus interacciones llega a repercutir en otros agentes más lejanos, e inclusive a otros sistemas y su ambiente (Vázquez, 2019). Es así como se pueden permear movimientos de fans y tecnología que lleven a realizar modificaciones de los elementos primarios de su sistema, la Industria, llámese películas de Star Wars²⁴.

En síntesis, lo observado en este capítulo es que las hipermediaciones tienen características particulares y específicas que comparten con la concepción de los fenómenos de la complejidad, por lo tanto deben ser concebidas como Sistemas Complejos Adaptativos para poder estudiarlas. Dentro de esta premisa, se ubica el marco

²⁴ Véase capítulo 2.

metodológico propuesto por Scolari sobre el análisis de las Interfaces, las cuales son el elemento vinculante que permite estudiar esta clase de contenido; el desarrollo de un análisis de interfaz involucra actores, relaciones y procesos, mismos elementos que se prevé estudiar para analizar los SAC. Dentro de esta delimitación, la presente investigación se centrará en los procesos comunicativos de los fans; al tratarse de redes sociales de agentes, el ideal es ubicarlas como Red Sistémica Adaptativa Compleja, y el modelo idóneo para su análisis corresponde al modelado basado en agentes. Por lo tanto, las categorías utilizadas específicamente en esta investigación, ubicadas en el presente marco teórico, son una convergencia de elementos entre las dos teorías analizadas: agentes, relaciones y procesos (primer nivel) sociabilidad, interacción y contextualización (segundo nivel).

En el siguiente capítulo, se desarrollará a profundidad la metodología correspondiente para ubicar las hipermediaciones realizadas por los procesos comunicativos de los fans del Universo Star Wars, a razón de su concepción como Sistema Complejo Adaptativo.

Capítulo 4 Los procesos comunicativos de los fans del universo

Star Wars, la comunidad virtual en Facebook

El presente capítulo tiene el objetivo general de analizar los procesos comunicativos de los fans del Universo Star Wars, por medio de la aplicación metodológica de dos técnicas de investigación: la observación participante desde la perspectiva de la etnografía virtual, y el análisis de contenido.

La muestra de la población general de Fans de Star Wars, que cumplen con un rol activo en el entorno digital, en esta investigación se compondrá de las comunidades virtuales en Facebook, considerando a esta red social digital como la más importante en su desarrollo actual por el alto número de usuarios, relevancia tecnológica, y principalmente por permitir las formas de comunicación hipermediáticas, facilitando la apreciación de la complejidad de las hipermediaciones.

Conforme a la teoría y la metodología propuesta, se generaron las dimensiones de análisis de la investigación, las cuales se dividieron en dos niveles, el primero correspondiente a los agentes, las relaciones y procesos, y el segundo entre la actividad autónoma del agente, la sociabilidad y la interacción.

Dichas categorías se encontrarán en la herramienta aplicativa de recolección de datos, donde se partirá de la observación participante de la Etnografía Virtual complementándola con la clasificación que permite el Análisis de Contenido. La muestra estará ubicada temporalmente en el segundo semestre de 2019 y primero del 2020, y partirá de dos grupos privados específicos en Facebook para Fans del Universo Star Wars

(uno de habla hispana y uno de habla inglesa), los cuales cuentan con una cantidad de participantes significativa.

La investigación arrojará el análisis de 36 publicaciones por cada grupo en ese lapso, dando un total de 72 publicaciones, en ellas se ubicará el comportamiento hipermedial de los contenidos generados por los fans, con base a las categorías seleccionadas, posteriormente se conseguirá la información necesaria para confirmar su presencia como Sistema Adaptativo Complejo.

4.1 Sobre Facebook y las comunidades virtuales

Se debe partir del alcance global de Internet para comprender por qué Facebook tiene un impacto tan importante como espacio para el desarrollo de las comunidades virtuales en el mundo. En primer lugar, hay que considerar que casi el 60% de la población mundial está conectada en Internet, se habla de alrededor de 3.8 billones de usuarios activos. Dentro de este universo, las redes sociales digitales ocupan un lugar imprescindible, ya que los usuarios activos en redes sociales abarcan más de 304 millones de personas. En segundo lugar, Facebook lleva representando el primer lugar entre todas las redes sociales digitales, contando con 2.498 millones de usuarios activos, dejando por debajo a otras redes como YouTube, WhatsApp e Instagram. (DataReportal – Global Digital Insights, s. f.).

Históricamente, Facebook es el medio de comunicación que más usuarios ha tenido: “A la radio le llevó 38 años llegar a los 50 millones de usuarios, a la televisión le llevó 25, a Internet le llevó 4. Mientras que a Facebook le llevó 9 meses superar los 100 millones de usuarios una vez que abrió su plataforma a todo el público en septiembre de 2006” (López & Ciuffoli, 2012:11).

La importancia de esta red social digital queda explícita en números, pero en lo que respecta a esta investigación, la importancia que recae en Facebook ha sido su desarrollo y evolución como una plataforma tecnológica que se ha sabido adaptar a las necesidades hipermediales del consumo de contenidos de diversos géneros. La complejidad de esta red social digital corresponde a la complejidad de las hipermediaciones:

Lo que encontramos en Facebook son formas de comunicación hipermediáticas, que trascienden el medio, que están presentes en otras redes, en otros sitios, en otros medios digitales circulando por la red. Se trata de procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se extienden más allá de la plataforma, en un entorno caracterizado por una cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente... (López & Ciuffoli, 2012: 25).

La característica de esta red, sobre su transformación con base a su contexto, ha permitido su evolución, incorporando diversas tecnologías e incrementando su complejidad. Actualmente Facebook tiene la posibilidad de vincular otras redes y ser por sí mismo el responsable de más de la mitad del contenido que se comparte online, convirtiéndose así en la fuente de creación, recepción y consumo de información más usada de la web.

El lugar de las comunidades virtuales en esta lógica es visible desde la edad temprana de esta plataforma. Como se mencionó en capítulos anteriores, las comunidades virtuales tuvieron una estrecha relación, en un primer momento con Internet, posteriormente con la Web. Facebook por su parte incorporó espacios para que los usuarios mudaran las prácticas de intercambio de opiniones sobre temas específicos de otras plataformas a la propia:

“La posibilidad de transferir comunidades existentes al espacio virtual de la red fue el primer diferenciador de Facebook con otros servicios similares, y una de las causas de su éxito masivo...” (López & Ciuffoli, 2012:39). Fue de esta manera que las comunidades

virtuales, que en un primer momento se desarrollaron en Blogs, mudaron a las redes sociales para interactuar, siendo Facebook la red social principal para ellos debido a sus características particulares.

Facebook se maneja a base de algoritmos, los cuales tienen la finalidad de vincular datos de los perfiles de las personas para conferirles información de acuerdo con su perfil; esta lógica se puede resumir en la capacidad de “compartir” de esta plataforma. “...todas las funciones dependen de algoritmos EdgeRank y GraphRank registrados, capaces de filtrar datos producidos por los usuarios y convertirlos en flujos de información significativos para un usuario específico...” (Van Dijk, 2016). Es así como los interesados en ciertos tópicos recibirán contenido de esa misma clase, aspecto que vincula a los fans con contenidos de su preferencia, los cuales, a su vez, los pueden vincular a páginas específicas, grupos y finalmente, a ser parte de las comunidades.

En la actualidad, Facebook es el sitio que aloja la mayoría de las interacciones entre fans, con las llamadas “Páginas” y los “Grupos”²⁵. Estos sitios alojan temáticas variadas. En el caso de Star Wars existen cientos con dicha temática, entre oficiales y no oficiales. La oficialidad está otorgada por la industria, por lo que existen páginas y grupos elaborados por la compañía de Disney, donde no se promueve la interacción con los fans, sino que tienen el objetivo principal de compartir información publicitaria. En el caso de las páginas y los grupos no oficiales, éstos están elaborados por los fans, por lo que son los espacios donde se promueve más la interacción entre ellos, abrir el diálogo, el compartir información y generar contenidos propios.

²⁵ Es pertinente diferenciar a las “Páginas” de los “Grupos”. Las páginas en Facebook son espacios coordinados por usuarios que las manejan (administradores), que suelen ser los dueños; éstos son los encargados de diseñar contenido y compartir información; existen páginas específicas con temáticas para fans. Por su parte, los grupos son espacios de interacción donde se socializa información y contenidos de forma lineal entre usuarios, si bien existen jerarquías (entre los creadores del grupo, los usuarios que más interactúan y los usuarios promedio), cualquier miembro del grupo tiene la capacidad de compartir información.

Si bien los contenidos de las páginas oficiales parecieran alejados de las interacciones que promueven las hipermediaciones dentro de los procesos comunicativos de los fans, cabe recordar que en Facebook, así como en todas las redes sociales, las interacciones son variadas; en este caso específico, los procesos comunicativos de los fans existen desde las reacciones en la plataforma, y principalmente en los comentarios, donde los usuarios tienen la posibilidad de compartir comentarios textuales, videos, imágenes o *stikers* (estampillas), mismos que pueden ser contestados por otros usuarios generando interacciones nuevas vinculadas directamente a la comunidad fuera de las intenciones y objetivos de la industria en cuestión.

De esta manera, la interacción que permite Facebook para las comunidades virtuales en grupos se puede dividir entre:

- Reacciones: Divididas entre “*like/me gusta*”, “*love/me encanta*”, “*Haha/me divierte*”, “*Wow/me asombra*”, “*Sad/me entristece*”, “*Angry/Me enoja*”²⁶. Además de tener la finalidad de expresar sentimientos específicos sobre un contenido, cumple con la capacidad de clasificar. Es una interacción que en un primer nivel pareciera no vincular interacciones largas o profundas, sin embargo, dentro de dinámicas temáticas pueden involucrar intenciones específicas entre grupos de usuarios.
- Comentarios: Existen los comentarios como respuesta a contenidos y comentarios como publicaciones primarias hacia el comienzo de diálogos o debates. Los primeros, como se mencionó anteriormente, pueden generar interacciones amplias

²⁶ Entre otras reacciones activas por temporadas y contextualidades, como el “*care/me importa*” activado tras la epidemia mundial del Covid-19 y la necesidad de confinamiento a principios del 2020. La reacción se presentó con el siguiente mensaje firmado por el equipo de Facebook: *We've added a new reaction so you can show extra support while many of us are apart. We hope this helps you, your family and your Friends feel bit more connected.* Dicha nueva reacción fue apropiada por los usuarios cambiando su finalidad para generar otros contenidos como memes, e imágenes de sátira.

desde que se incorporó la posibilidad de comentar un comentario, además de poder responder con una imagen, un gif o un *stiker* específico. Los segundos son comentarios que se pueden realizar en las páginas o en los grupos para abrir diálogo sobre temas específicos, por ejemplo, preguntar sobre información o pedir la opinión sobre algún contenido.

- **Compartir:** Esta acción muestra la posibilidad de la plataforma de vincular hipertextualmente diversos contenidos, dentro y fuera de Facebook. Un usuario puede compartir dentro de los grupos, o los dueños de las páginas dentro de sus espacios, tanto contenidos de otras páginas, perfiles o usuarios, como de otras redes sociales como YouTube, o contenidos en páginas web.
- **Publicar:** Como el punto anterior, en el caso de las páginas los administradores son los únicos con la posibilidad de generar publicaciones, en el caso de los grupos puede ser cualquier miembro²⁷. Las publicaciones pueden constar desde texto, videos, imágenes, gifs o combinaciones de lo ya mencionado.
- **Elaboración de otras dinámicas:** Estos contenidos tienen una variación muy amplia, que puede ir desde solicitar a los miembros que reaccionen de una manera en específica, hasta generar dinámicas de juego donde se implementan retos, *puzzles*, votaciones, etc.
- **Transmisión en vivo:** Capacidad de transmitir audio y video en el grupo, con la posibilidad de recibir comentarios de los espectadores en tiempo real.

Si bien esta clasificación es el primer nivel sobre las características con las que cuenta Facebook para comenzar una interacción, los procesos comunicativos de los fans se encuentran vinculadas directamente con la creatividad y el contexto de información con

²⁷ Existe la posibilidad de restringir los grupos para que los coordinadores aprueben o desapruében las publicaciones de los usuarios, imposibilitando la publicación directa; esto se realiza en la mayoría de las veces para verificar que las reglas generadas en los grupos se respeten.

el que se encuentren en un espacio temporal en específico, por lo que existen variaciones entre ellas o pueden generarse no de manera aislada, sino varias al mismo tiempo.

Este primer acercamiento a la muestra representativa elegida para la investigación muestra que Facebook, como red social digital, ha permitido los procesos comunicativos de los fans de manera amplia y compleja, a través de su posibilidad como medio hipermedial por sí mismo a varios niveles.

Para concluir este apartado y dar pie a la metodología en concreto, es pertinente apuntar a Facebook como un espacio comunicativo importante en esta época, por lo que se ha vinculado a varias investigaciones sobre la comunicación digital actual, como es en el caso de la Etnografía Virtual en específico.

El acercamiento a Facebook por parte de la Etnografía Virtual se puede hacer desde tres perspectivas distintas:

1. Como herramienta de investigación. Facebook se ha convertido en una potente herramienta de investigación. Su tasa de penetración a casi todos los niveles demográficos permite investigar casi cualquier tema en comunidades virtuales en torno a esa misma temática. Además, permite clasificar las opiniones a través de variables de interés para el/la investigador/a, como puede ser la composición de la foto de perfil o los datos facilitados por el/la usuario/a para la construcción de la identidad en esta red social.
2. Como fuente de datos. Esta red social permite acceder a una ingente cantidad de datos de individuos y sus interacciones, al quedar registradas y poder ser revisadas por el/la etnógrafo/a tiempo después. Las acciones que pueden llevar a cabo los/as usuarios/as de Facebook como darle a “Me gusta” a una publicación, “compartirla” o comentarla ofrece información de carácter cultural muy valiosa y con múltiples formatos.

3. Como contexto donde ocurre la acción. En la actualidad, Facebook se ha posicionado como un espacio comunicativo de preferencia por la mayoría de internautas y como tal es el lugar donde se llevan a cabo interacciones que son de interés para la Etnografía Virtual. Estas interacciones pueden ir desde la cotidianidad de las narraciones que hacen los individuos sobre eventos comunes en el día a día, hasta interacciones más elaboradas en torno a temas políticos, por ejemplo.

(«Etnografía Virtual 2», 2017).

4.2 Dimensiones de análisis del sistema hipermedial complejo

En el capítulo anterior se reconocieron los aspectos teóricos que permiten explicar las características de las hipermediaciones como sistemas complejos, en específico, como Sistemas Complejos Adaptativos; a su vez, se identificaron aspectos metodológicos para poder estudiarlos.

En primer lugar, se puntualizó que tanto las hipermediaciones como los sistemas complejos comparten características identificables, dentro de lo cual, muestran tres elementos que permiten realizar su estudio concreto: agentes, relaciones y procesos.

La presente investigación busca analizar en concreto los procesos comunicativos de los fans, ubicándolos dentro de la teoría de sistemas complejos como RSAC Redes Sistémicas Complejas Adaptativas, ya que su interacción se encuentra vinculada por medio de comunidades.

Como se mencionó en el apartado anterior, la muestra del universo de fans se enfocará a los grupos de Facebook. Este objeto de investigación permitirá ubicar las características del RSAC, los cuales son agentes colectivos, donde su interacción se ve regida principalmente por leyes locales (las cuales estarán dictadas por el medio tecnológico de

Facebook y el contexto del grupo en particular) y su capacidad inherente de producir, autoorganizar patrones de conducta emergentes, que son las nuevas formas de interacción de los usuarios que van desarrollando de manera creativa con base a sus posibilidades tecnológicas, contextos y temporalidades.

Para lograr lo anterior, se ubican tres categorías de análisis identificadas en la metodología de análisis de las interfases y los modelos basados en agentes:

1. *Agentes*: los agentes en esta investigación se diferenciarán entre agentes humanos y agentes tecnológicos. Los agentes humanos serán los usuarios, identificados como fans por pertenecer e interactuar en los grupos seleccionados. En el caso de los agentes tecnológicos, estos elementos estarán delimitados por las características de la red social digital Facebook, como la tecnología mediática posibilitadora de interacciones.
2. *Relaciones*: son los vínculos concretos que existen entre los agentes, tanto entre agentes humanos, agentes tecnológicos y ambos. Se debe identificar además si la relación es unidireccional, bidireccional o multidireccional; relación de inclusión exclusión; dominación, igualdad; de cooperación; de competencia (Scolari, 2019).
3. *Procesos*: se refiere a las secuencias de operación que se despliegan a lo largo del tiempo. Identificar el tipo de proceso: de significación; de producción, circulación y consumo; proceso de convergencia/divergencia; proceso de inclusión/exclusión; proceso de coevolución.

Estas variables se complementan con el modelado basado en agentes, el cual busca encontrar las interacciones entre los organismos y su ambiente (los agentes y su contexto).

De este análisis, las variables que se analizarán como un segundo nivel, después del anterior, será comprender el contexto de las interacciones, por lo que se ubican las siguientes categorías:

1. *Actividad autónoma del agente:* Al determinar la capacidad del individuo para llevar a cabo una acción por iniciativa propia, se medirá conforme a los usuarios individuales participando en los entornos seleccionados. Se clasificará si su motivación está enfocada a la contribución o impedir objetivos.
2. *Sociabilidad de los agentes:* Se determinará por la capacidad de un agente de actuar con otros. Conforme a la colectividad y las interacciones sociales, el agente responde a la organización, en este caso, los usuarios están sometidos en primera instancia por la delimitación de posibilidades que permite Facebook dentro de su normativa, en segunda instancia, una más local, en las reglas de operación en la que se desarrollan las páginas y los grupos²⁸. De forma más superficial pero igual de importante se encuentran las reglas normativas espontáneas de la interacción, reglas no implícitas que implican la comprensión de lo social en dicho espacio.
3. *La interacción como conector entre la anatomía del agente y la sociabilidad.* Se miden las interacciones comprendiéndolas como acciones individuales de los agentes, desarrolladas en el seno de la organización de la comunidad. Se ubicará la participación de los agentes dentro de la sociabilidad de la comunidad.
4. *La contextualización de los agentes.* Se ubica como el entorno de los agentes, donde se desarrollan, claramente se trata del espacio delimitado dentro de la red social digital Facebook, la cual posibilita tecnologías que facilitan o delimitan la interacción entre los agentes. Este espacio se determina como el posibilitador para el logro de los objetivos de las interacciones.

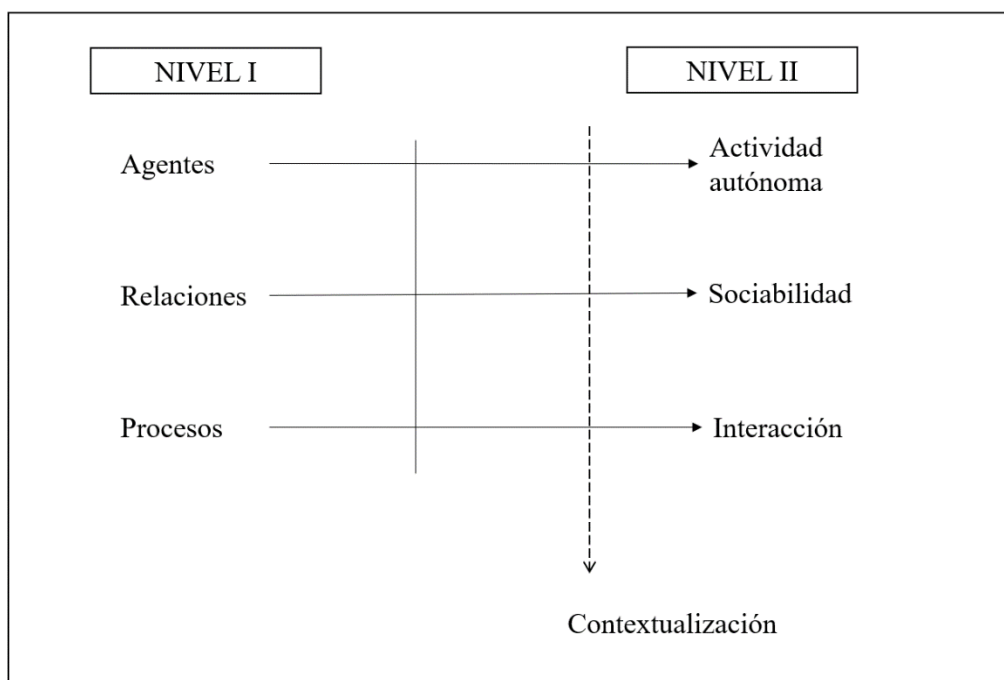
Con base a lo anterior, se presenta el siguiente cuadro de dimensiones de análisis (Fig. 3), donde se muestra gráficamente la relación existente entre el primer nivel y el segundo

²⁸ Más visible aún en los grupos, donde la mayoría cuenta con reglas concretas al que el usuario debe comprometerse como condición de ser integrado al grupo.

nivel de análisis. En primer lugar, se ubicará a los agentes y sus actividades autónomas, para proseguir con las relaciones que devienen de la sociabilidad, posteriormente se comprenderán los procesos a través de la interacción; todo interconectado por el contexto, el cual está proporcionado por las tecnologías de Facebook.

Figura 1.

Dimensiones de análisis



4.3 Técnicas de análisis

La metodología de esta investigación constará de la complementación entre la observación participante desde la etnografía virtual, y el análisis de contenido, ello con la finalidad de generar una herramienta mixta entre las necesidades cualitativas y cuantitativas del fenómeno a estudiar.

4.3.1 La observación participante como técnica de etnografía virtual

La definición de la etnografía, propia de la antropología, aplicada a los entornos de la web y de Internet, sigue teniendo disputas teóricas hasta nuestros días. Si bien esta práctica comenzó a analizarse desde principios de siglo, hoy, 20 años después sigue sin poder

nombrarse de forma general; se encuentran denominaciones como *etnografía virtual*, *etnografía digital*, *netnografía*, entre otras, sin embargo, todas se encargan de sentar las bases metodológicas de los análisis etnográficos en la web.

Para puntualizaciones de esta investigación, se referirá a la Etnografía Virtual como la metodología aplicada, más que como la denominación “idónea”, es por su vínculo hacia la referencia de las comunidades virtuales de los fans como objeto de investigación.

Existen muchas maneras de definir la etnografía virtual (o todas sus acepciones), pero la más concreta menciona que la etnografía virtual es una investigación realizada en Internet, adaptada para las comunicaciones e interacciones mediadas por los computadores (Kozinets, 2001), entendiendo a Internet como un producto cultural donde se generan interacciones sociales, prácticas y creencias; el método etnográfico consiste en la estancia prolongada en un lugar específico en donde el navegador comparte la vida de un grupo social o de una comunidad, buscando observar las prácticas en su participación web, donde se concibe a su contexto. (Martínez, Ceceñas, Martínez, 2017:148-149).

Respeto a la utilización de la etnografía virtual para análisis de redes sociales digitales, se puede tomar en cuenta que “...en la etnografía virtual, los dispositivos no sólo son instrumentos, sino que son elementos mediadores que transforman las prácticas, entidades y sujetos y tienen efectos en la práctica etnográfica” (López, 2011:139). Esta concepción de la complejidad que tienen los instrumentos tecnológicos en las interacciones sociales es idónea para la presente investigación.

Las herramientas metodológicas de esta investigación consistirán en observación participante de los grupos y páginas de Facebook seleccionadas:

1. **Star Wars Sithposting**, grupo privado con más de 291 mil miembros. Es el grupo con más miembros en idioma inglés (actualmente es el que cuenta con más miembros a nivel global con dicha temática). Este grupo fue creado el 29 de marzo de 2016. Tiene alrededor de 3.6 mil nuevas publicaciones por mes y se agregan alrededor de 1 mil miembros por semana.
2. **Star Wars Universe**, grupo privado con 155.1 mil miembros. Es el grupo con más miembros en idioma español. Fue creado el 15 de abril de 2014. Cuenta con alrededor de 17 mil nuevas publicaciones al mes y se agregan entre 400 y 500 nuevos miembros a la semana²⁹.

La delimitación temporal de recaudación de datos de la investigación será de 12 meses, los cuales constarán del segundo semestre del 2019 y el primer semestre del 2020, año crucial para el desarrollo del Universo de Star Wars por haber presenciado el estreno de la última película de la saga, la primera temporada del fenómeno mediático *The Mandalorian*, así como la última temporada de la saga animada *Clone Wars*. Para conseguir una muestra representativa se seleccionarán tres publicaciones por mes elegidas en los días 5, 15 y 25 de cada mes, con la finalidad de conseguir muestras aleatorias.

La etnografía virtual resulta ser la metodología más conveniente para aproximarse a los procesos racionales, los comportamientos y las dinámicas grupales de las comunidades virtuales, por lo tanto, el ejercicio de observación previo a recogida de datos correrá por parte de esta herramienta, donde se tiene acceso total a las posibilidades de interacción en los grupos privados de Facebook al ser parte de ellos. Otra característica que permitirá la etnografía virtual es la clasificación de la información bajo la interpretación humana, en

²⁹ Datos recabados el 28 de junio de 2020, las cifras de ambos grupos van en aumento, por lo tanto pueden variar al culmino de esta investigación.

donde se distingue al investigador como parte del fenómeno a tratar, visibilizando su participación en las interacciones.

Para la complementación de esta técnica de análisis se utilizará el Análisis de Contenido como herramienta para la correcta clasificación y recogida de datos con base a lo anterior.

4.3.2 El análisis de contenido

El análisis de contenido es una técnica de investigación bastante utilizada en los estudios de comunicación, específicamente en los contenidos de medios. En esta investigación, dicha herramienta metodológica se enfocará a los contenidos generados por las comunidades virtuales fans, del Universo Star Wars, ubicadas en la red social digital Facebook.

“El análisis de contenido se basa en la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que a diferencia de la lectura común, debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser sistémica, objetiva, replicable y válida” (Andréu, 2002). Como la definición lo indica, esta metodología es ideal para la recolección, interpretación y análisis de datos de manera rigurosa.

Además de lo anterior, el Análisis de Contenido, aporta, al igual que los estudios sistémicos e hipermediales, la concientización de la importancia del contexto para el entendimiento de un fenómeno de la realidad: el Análisis de Contenido es “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (Krippendorff, 1990).

La flexibilidad de este tipo de análisis permite generar investigaciones de corte mixto entre lo cualitativo y lo cuantitativo, aspecto que será necesario en la presente

investigación debido a la concepción de la complejidad que habita en la muestra seleccionada.

Según la revisión de Jaime Andréu (2002), se debe identificar los siguientes elementos para el correcto desarrollo de análisis cualitativo:

1. Esquema teórico.

Este elemento va orientado a describir, captar y comprender una teoría, una explicación o un significado. En esta investigación se visualiza claramente en las categorías de análisis, las cuales provienen directamente del marco teórico que busca concebir a las hipermediaciones como Sistemas Complejos Adaptativos, por lo tanto en el momento metodológico, se busca aplicarlas para mostrar su validez.

2. Tipo de muestra.

La muestra, comprendida con su definición más puntual: elección representativa del Universo. Como se adelantó en el apartado anterior, esta investigación ubicará a las creaciones de las comunidades virtuales que ejerzan su rol de fans del Universo Star Wars, en la red social digital Facebook como la población representativa del Universo total de fans. A modo de muestreo estratégico se seleccionó temporalmente el segundo semestre del 2019 y el primer semestre de 2020, sobre muestreo probabilístico se seleccionarán tres contenidos por mes, siendo del día 5, 15 y 25 de cada mes.

3. Sistema de códigos.

Los códigos utilizados para la investigación están enfocados a las categorías de análisis (véase fig. 1). Dichas categorías están divididas entre agentes y su actividad autónoma, las relaciones vistas desde la sociabilidad, los procesos en las interacciones, así como la

contextualización que se ubicará por el espacio temporal y tecnológico que involucren a las hipermediaciones.

4. Control de calidad.

El control de calidad o validación del análisis se realiza, según el autor, mediante la comprobación de que se ha localizado, al menos tentativamente, el núcleo neurálgico y central del fenómeno que se quiere estudiar. El control de calidad en esta clase de estudios está respaldado por la búsqueda de rigurosidad científica en la selección de bibliografía teórica que respalden los supuestos, información que permita ser susceptible de verificación.

A continuación, se presenta el cuadro de recolección de datos, donde se ubican las categorías de análisis que permitirán la observación del desarrollo de las hipermediaciones como Sistemas Complejos Adaptativos.

Figura 2. Cuadro de recolección de datos.

| | |
|------------------------|---|
| Grupo: | Fecha: |
| Muestra de publicación | <p>Agente Agente humano: Agente tecnológico: Actividad Autónoma Tipo de publicación: Tipo de proceso:</p> |
| Descripción: | <p>Relaciones / Sociabilidad Número de reacciones: Reacciones dominantes: Número de comentarios:</p> |
| | <p>Interacción / Procesos Tipo de relaciones más frecuentes: - - - Tipos de procesos más frecuentes: - - -</p> |

En el primer nivel del cuadro se encuentra la ubicación de la publicación, la cual en esta investigación están divididas por los dos grupos posibles “Star Wars Sithposting” y “Star

Wars Universe”. A continuación, se indica la fecha de publicación, las cuales responden a tres días del mes correspondientes al 5, 15 y 25 de cada uno.

El primer apartado presenta la imagen visual de la publicación extraída de Facebook, donde se muestra el contenido, seguido de una descripción breve. Los tres bloques consecutivos al lado derecho comienzan con las categorías de análisis; el primero dedicado al agente y su actividad autónoma, diferenciando a los agentes humanos y tecnológicos que intervienen en la publicación, aunado a eso se agrega su proceso a razón de subcategoría que permite identificar el objetivo de dicho contenido.

El segundo bloque pertenece a la categoría relacional entre relaciones y sociabilidad, donde se enfoca a las interacciones con la publicación a un primer nivel, en el cual sólo se cuantifica el número de reacciones y número de comentarios, a su vez las reacciones dominantes de la publicación, esto con la intención de comprender el alcance de la publicación y observando a las reacciones como la interacción del usuario a nivel básico.

El tercer bloque profundiza más en las subcategorías dentro de la categoría de interacciones reflejada en los procesos; para conseguirlo se analizan los comentarios resultantes de la publicación, destacando las tres relaciones y los tres procesos más frecuentes.

Las relaciones y procesos se califican con las subcategorías siguientes:

Relaciones.

- Unidireccionales: Son las relaciones que se dirigen únicamente a la publicación o al agente autónomo.
- Bidireccionales: Relaciones que confluyen una mutua interacción entre el agente en los comentarios y el agente autónomo.

- **Multidireccional:** Relaciones donde diversos agentes intervienen en la conversación de los comentarios.
- **Inclusión:** Los agentes reafirman lo expresado en la publicación.
- **Exclusión:** Los agentes niegan lo expresado en la publicación.
- **Dominación:** Los agentes se sitúan en un nivel de superioridad en cuanto al agente autónomo iniciador de la interacción.
- **Igualdad:** Los agentes concuerdan con lo expresado en la publicación.
- **Cooperación:** Los agentes continúan con la publicación y las interacciones que deriven de ella.
- **Competencia:** Los agentes contrastan el contenido de la publicación con otros contenidos u otros datos.

Procesos.

- **Significación:** La publicación busca hacer sentido respecto a los diversos contenidos del Universo.
- **Producción:** La publicación es un contenido propio elaborado por el agente autónomo.
- **Circulación:** La publicación busca únicamente poner en común su contenido con los demás agentes.
- **Consumo:** La publicación busca que los demás agentes consuman la información o los contenidos que propone.
- **Convergencia:** La publicación incita a los agentes a confluír en contenidos o conocimientos con un fin.
- **Divergencia:** La publicación incita a los agentes a discrepar en contenidos o conocimientos.
- **Inclusión:** La publicación busca el común acuerdo entre los agentes.

- Exclusión: La publicación busca la discrepancia entre los agentes.
- Coevolución: La publicación logra un desarrollo colaborativo entre los agentes nutriendo la información y los contenidos presentados.

4.4 Aplicación metodológica

A continuación, se presentan los cuadros de recolección de datos en orden cronológico, separados por los grupos seleccionados. El mapeo de la información se ha realizado desde el principio de la investigación (agosto de 2019), la recolección de datos se elaboró del 2 de julio del 2020 al 9 de julio de mismo año.

La búsqueda de las publicaciones dentro de Facebook se elaboró por medio de las siguientes tres técnicas:

1. Orden cronológico. Las publicaciones recientes del grupo en Facebook fueron revisadas en orden de aparición en el *feed*, cabe señalar que por la cantidad de contenido es imposible pasar de los últimos tres meses.
2. Palabras clave. Se utilizaron las siguientes palabras clave (en su respectivo idioma) en el buscador predeterminado de Facebook para encontrar publicaciones variadas, de las cuales se recolectaron las fechas requeridas:

- | | |
|---------------------|----------------|
| ▪ Star Wars | ▪ Sith |
| ▪ SW | ▪ Force/Fuerza |
| ▪ Clone/Clone | ▪ Dark/Oscuro |
| ▪ Stormtrooper | ▪ Darth |
| ▪ Skywalker | ▪ Light/Luz |
| ▪ Universe/Universo | ▪ Side/Lado |

- Republic/República
- Jedi
- Midichlorians

3. Buscador por día específico. Técnica utilizada únicamente para los días que no se encontraron con las técnicas anteriores. Consiste en introducir en el buscador la fecha específica de la publicación a encontrar³⁰.

4.4.1 Star Wars Sithposting

Este grupo privado de Facebook cuenta con 290,680³¹ miembros y va en aumento cada día. Como se ha mencionado anteriormente, es el grupo con más miembros dentro de la temática de Star Wars y su contenido está completamente en inglés, su ubicación se encuentra en USA y su descripción es únicamente *Welcome to STAR WARS "SITHPOSTING"*.

La palabra "sithposting" es un derivado de la palabra "shitposting", utilizado en las comunidades virtuales para dirigir los contenidos de una temática específica hacia la mecánica de trolleo / provocaciones.

Con ello se puede deducir el objetivo del grupo, el cual consiste únicamente en publicar contenido divertido entre los usuarios con la temática de Star Wars.

Las reglas que contiene el grupo son las predeterminadas por Facebook:

- No promotions or Spam.
- No hate speech or bullying.
- Respect Everyone's Privacy.
- Be kind and courteous.

³⁰ Es pertinente adelantar que ciertos días específicos no se encontraron por ninguna de las técnicas anteriores; es posible que esos días no existieran publicaciones de ninguna clase, sin embargo es imposible saberlo con certeza, por lo que se maneja la leyenda "Día no encontrado".

³¹ Dato obtenido el 13 de julio del 2020.

Grupo: Star Wars Sithposting

Fecha: Viernes 5 de julio 2019

Muestra de publicación



Descripción: Fotografías sobre decorado de boda con temática de Star Wars.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
Agente tecnológico: Dispositivo fotográfico
Actividad Autónoma
Tipo de publicación: Publicación directa
Tipo de proceso: Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 714
Reacciones dominantes: Like, love, wow
Número de comentarios: 69

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
- Bidireccional
- Inclusión
- Igualdad
Tipos de procesos más frecuentes:
- Circulación
- Coevolución
- Inclusión

Grupo: Star Wars Sithposting

Fecha: Lunes 15 de julio 2019

Muestra de publicación



Descripción: Fotografía del usuario, mostrando sus libros de la saga y haciendo una referencia a la serie Stranger Things

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
Agente tecnológico: Dispositivo fotográfico
Actividad Autónoma
Tipo de publicación: Publicación directa
Tipo de proceso: Consumo

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 37
Reacciones dominantes: Like, love, haha
Número de comentarios: 12

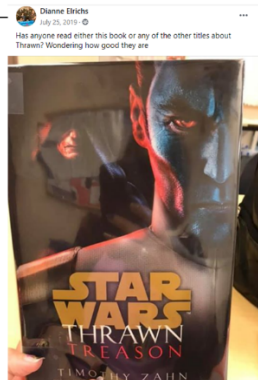
Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
- Bidireccional
- Exclusión
- Igualdad
Tipos de procesos más frecuentes:
- Divergencia
- Exclusión
- Significación

Grupo: Star Wars Sithposting

Fecha: Jueves 25 de julio 2019

Muestra de publicación



Descripción: Usuaría preguntando recomendación para serie específica de libros.

Agente

Agente humano: Usuaría de Facebook
Agente tecnológico: Herramienta de Facebook
Actividad Autónoma
Tipo de publicación: Comentario/ elaboración de dinámica.
Tipo de proceso: Convergencia

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 23
Reacciones dominantes: Like, Love, Haha
Número de comentarios: 50

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
-Cooperación
-Bidireccional
- Inclusión
Tipos de procesos más frecuentes:
- Consumo
-Inclusión
-Convergencia

Muestra de publicación



Descripción: Comentario sobre teoría que afirma que Rey es en realidad Shmi Skywalker.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Herramienta de Facebook

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Comentario / elaboración de dinámica
 Tipo de proceso: Producción / Circuación

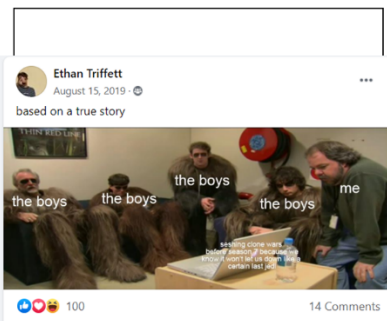
Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 28
 Reacciones dominantes: Haha, like, love
 Número de comentarios: 42

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Exclusión
 - Competencia
 - Dominación
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Exclusión
 - Divergencia
 - Producción

Muestra de publicación



Descripción: Meme referente a la preparación grupal para la temporada 7 de Clone Wars.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Editor de imagen

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa más comentario
 Tipo de proceso: Significación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 100
 Reacciones dominantes: Like, love, haha
 Número de comentarios: 14

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Bidireccional
 - Igualdad
 - Cooperación
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Circulación
 - Inclusión
 - Coevolución

Muestra de publicación



Descripción: Meme basado en escena de Family Guy, relacionado a la aparición de Darth Sidious en la trilogía de las secuelas.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Editor de imagen

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa más comentario
 Tipo de proceso: Significación

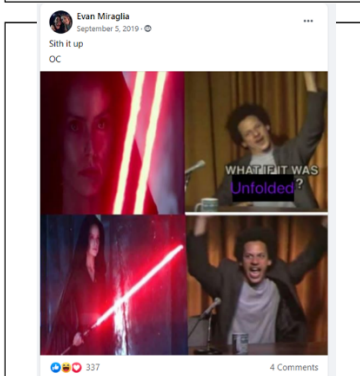
Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 1 mil
 Reacciones dominantes: Haha, like, love
 Número de comentarios: 28

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Inclusión
 - Cooperación
 - Igualdad
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Producción
 - Coevolución
 - Significación

Muestra de publicación



Descripción: Meme relacionado con las reacciones al ver el tráiler de The rise of Skywalker.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Editor de imagen
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Publicación directa
 Tipo de proceso: Circulación / Significación

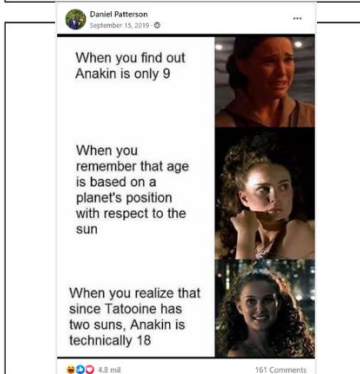
Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 337
 Reacciones dominantes: Like, haha, love
 Número de comentarios: 4

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Exclusión
 - Unidireccional
 - Dominación
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Exclusión
 - Divergencia
 - Significación

Muestra de publicación



Descripción: Meme referencia a trama entre Padme y Anakin y su diferencia de edad.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Editor de imagen
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Publicación directa
 Tipo de proceso: Significación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 4.8 mil
 Reacciones dominantes: Haha, like, love
 Número de comentarios: 161

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Cooperación
 - Multidireccional
 - Inclusión
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Convergencia
 - Inclusión
 - Producción

Muestra de publicación



Descripción: Fotografía con comentario sobre referencia de SW encontrada en un libro o examen con temática de habilidades en computación.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Dispositivo fotográfico
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Publicación directa más comentario
 Tipo de proceso: Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 253
 Reacciones dominantes: Haha, like, love
 Número de comentarios: 48

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Cooperación
 - Inclusión
 - Exclusión
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Significación
 - Circulación
 - Coevolución

Grupo: Star Wars Sithposting

Fecha: Sábado 5 de octubre 2019

Muestra de publicación



Descripción:

Día no encontrado

Agente

Agente humano:
Agente tecnológico:
Actividad Autónoma
Tipo de publicación:
Tipo de proceso:

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones:
Reacciones dominantes:
Número de comentarios:

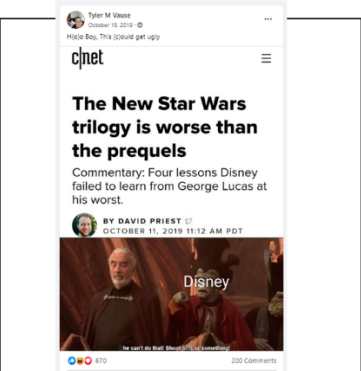
Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
-
-
-
Tipos de procesos más frecuentes:
-
-
-

Grupo: Star Wars Sithposting

Fecha: Martes 15 de octubre 2019

Muestra de publicación



Descripción: Captura de pantalla del título y lead de un artículo de opinión sobre la nueva Trilogía de Disney.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
Agente tecnológico: Dispositivo móvil
Actividad Autónoma
Tipo de publicación: Publicación directa
Tipo de proceso: Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 670
Reacciones dominantes: Like, haha, love
Número de comentarios: 200

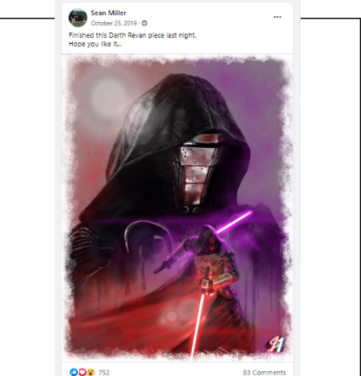
Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
- Multidireccional
-Inclusión
-Exclusión
Tipos de procesos más frecuentes:
- Divergencia
- Inclusión
- Exclusión

Grupo: Star Wars Sithposting

Fecha: Viernes 25 de octubre 2019

Muestra de publicación



Descripción: Fanmade de Darth Revan.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
Agente tecnológico: Software de edición
Actividad Autónoma
Tipo de publicación: Publicación directa
Tipo de proceso: Producción / Circulación


Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 752
Reacciones dominantes: Like, love, wow
Número de comentarios: 83

Interacción / Procesos

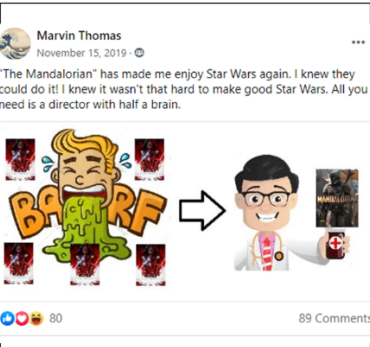
Tipo de relaciones más frecuentes:
- Bidireccional
- Inclusión
- Igualdad
Tipos de procesos más frecuentes:
- Inclusión
- Significación
- Consumo

Grupo: Star Wars Sithposting Fecha: Martes 5 de noviembre 2019

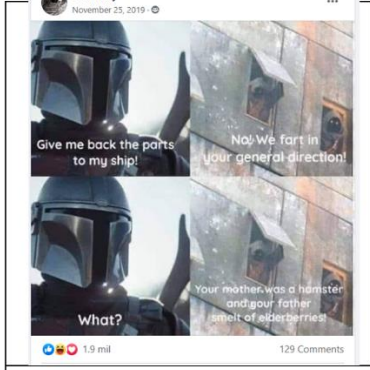
| | |
|---|--|
| Muestra de publicación | Agente Agente humano: Agente tecnológico: Actividad Autónoma Tipo de publicación: Tipo de proceso: |
|  | Relaciones / Sociabilidad Número de reacciones: Reacciones dominantes: Número de comentarios: |
| | Interacción / Procesos Tipo de relaciones más frecuentes: - - - Tipos de procesos más frecuentes: - - - |
| Descripción | |

Día no encontrado

Grupo: Star Wars Sithposting Fecha: Viernes 15 de noviembre 2019

| | |
|--|--|
| Muestra de publicación | Agente Agente humano: Usuario de Facebook Agente tecnológico: Editor de imagen y herramienta de FB. Actividad Autónoma Tipo de publicación: Publicación con comentario Tipo de proceso: Consumo |
|  | Relaciones / Sociabilidad Número de reacciones: 80 Reacciones dominantes: Like, love, haha Número de comentarios: 89 |
| Descripción: Imagen y comentario adulando la serie The Mandalorian. | Interacción / Procesos Tipo de relaciones más frecuentes: - Igualdad - Bidireccional - Cooperación Tipos de procesos más frecuentes: - Coevolución - Inclusión - Significación |

Grupo: Star Wars Sithposting Fecha: Lunes 25 de noviembre 2019

| | |
|--|--|
| Muestra de publicación | Agente Agente humano: Usuario de Facebook Agente tecnológico: Editor de Imagen Actividad Autónoma Tipo de publicación: Publicación directa Tipo de proceso: Significación |
|  | Relaciones / Sociabilidad Número de reacciones: 1.9 mil Reacciones dominantes: Like, haha, love Número de comentarios: 129 |
| Descripción: Meme cross over entre The Mandalorian y una escena de los comediantes británicos Monty Python. | Interacción / Procesos Tipo de relaciones más frecuentes: - Cooperación - Multidireccional - Inclusión Tipos de procesos más frecuentes: - Significación - Coevolución - Convergencia |

Muestra de publicación



Descripción: Publicación directa de la captura de pantalla de un tweet sobre la relación Disney y la serie The Mandalorian.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook.
 Agente tecnológico: Twitter y herramienta en Facebook.

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa.
 Tipo de proceso: Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 2.2 mil
 Reacciones dominantes: Haha, like, love
 Número de comentarios: 222

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Multidireccional
 - Dominación
 - Competencia
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Significación
 - Divergencia
 - Coevolución

Muestra de publicación



Descripción: Meme a base de la serie animada Bob Esponja para explicar pensamiento incongruente de personaje.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook.
 Agente tecnológico: Editor de imagen.

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa
 Tipo de proceso: Significación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 2.5 mil.
 Reacciones dominantes: Like, haha, love
 Número de comentarios: 159

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Multidireccional
 - Inclusión
 - Cooperación
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Significación
 - Inclusión
 - Coevolución

Muestra de publicación



Descripción: Meme criticando la reacción de la escena inclusiva de SW con una escena de la saga más comentario.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Editor de imagen.

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa más comentario.
 Tipo de proceso: Divergencia

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 5.7 mil
 Reacciones dominantes: Haha, like, love
 Número de comentarios: 2.1 mil

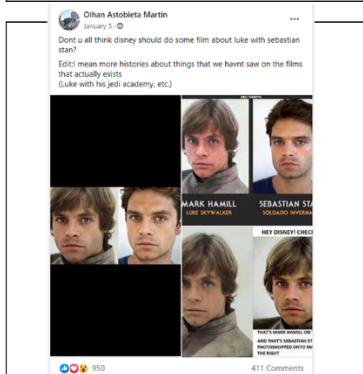
Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 -Multidireccional
 - Exclusión
 - Inclusión
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Circulación
 - Inclusión
 - Exclusión

Grupo: Star Wars Sithposting

Fecha: Domingo 5 de enero 2020

Muestra de publicación



Descripción: Comentario más imágenes, usuario pidiendo opinión sobre el parecido del actor Sebastian Stand y Mark Hamill.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook

Agente tecnológico: Herramienta de Facebook

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa

Tipo de proceso: Circulación/Convergencia

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 960

Reacciones dominantes: Like, love, wow

Número de comentarios: 411

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:

- Inclusión
- Exclusión
- Competencia

Tipos de procesos más frecuentes:

- Divergencia
- Coevolución
- Circulación

Grupo: Star Wars Sithposting

Fecha: Miércoles 15 de enero 2020

Muestra de publicación



Descripción: Dibujo vinculando trama de filme con un producto de botón de auxilio para ancianos del año 1987.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook

Agente tecnológico: Software de dibujo digital

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa

Tipo de proceso: Significación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 511

Reacciones dominantes: Haha, like, love

Número de comentarios: 52

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:

- Bidireccional
- Cooperación
- Igualdad

Tipos de procesos más frecuentes:

- Significación
- Circulación
- Convergencia

Grupo: Star Wars Sithposting

Fecha: Sábado 25 de enero 2020

Muestra de publicación



Descripción: Fotografía de un Stormtrooper en una fiesta más comentario sobre su mala puntería.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook

Agente tecnológico: Cámara fotográfica

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa más comentario

Tipo de proceso: Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 27

Reacciones dominantes: Like, haha, love

Número de comentarios: 1

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:

- No aplica
- No aplica
- No aplica

Tipos de procesos más frecuentes:

- No aplica
- No aplica
- No aplica

Muestra de publicación



Descripción: Video de TikTok, fanmade sobre la mala puntería de los Stormtroopers.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook.
 Agente tecnológico: TikTok
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Publicación directa.
 Tipo de proceso: Producción y Circulación

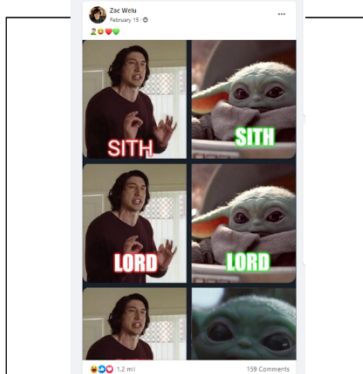
Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 328
 Reacciones dominantes: Haha, like, love
 Número de comentarios: 260

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Unidireccional
 - Inclusión
 - Igualdad
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Significación
 - Convergencia
 - Circulación

Muestra de publicación



Descripción: Meme vinculando Marriage Story con The Mandalorian, haciendo mofa del personaje Kylo Ren.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Editor de imagen
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Publicación directa
 Tipo de proceso: Significación / Circulación

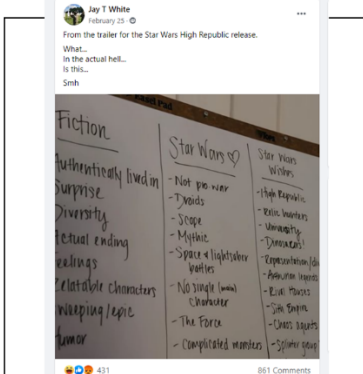
Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 1.2 mil
 Reacciones dominantes: Haha, like, love
 Número de comentarios: 159

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Multidireccional
 - Competencia
 - Exclusión
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Divergencia
 - Coevolución
 - Significación

Muestra de publicación



Descripción: Imagen de la pizarra con ideas del grupo de proyecto para SW High Republic más comentario desaprobatario.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Herramienta de Facebook
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Publicación directa más comentario
 Tipo de proceso: Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 431
 Reacciones dominantes: Haha, like, angry
 Número de comentarios: 861

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Multidireccional
 - Cooperación
 - Competencia
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Coevolución
 - Divergencia
 - Producción

Grupo: Star Wars Sithposting

Fecha: Jueves 5 de marzo 2020

Muestra de publicación



Descripción:

Agente
Agente humano:
Agente tecnológico:
Actividad Autónoma
Tipo de publicación:
Tipo de proceso:

Relaciones / Sociabilidad
Número de reacciones:
Reacciones dominantes:
Número de comentarios:

Interacción / Procesos
Tipo de relaciones más frecuentes:
-
-
-
Tipos de procesos más frecuentes:
-
-
-

Día no encontrado

Grupo: Star Wars Sithposting

Fecha: Domingo 15 de marzo 2020

Muestra de publicación



Descripción: Meme relacionado con los porcentajes de aprobación de las críticas entre el film Sonic y The rise of Skywalker.

Agente
Agente humano: Usuario de Facebook
Agente tecnológico: Editor de imagen
Actividad Autónoma
Tipo de publicación: Publicación directa
Tipo de proceso: Consumo

Relaciones / Sociabilidad
Número de reacciones: 606
Reacciones dominantes: Haha, like, love
Número de comentarios: 44

Interacción / Procesos
Tipo de relaciones más frecuentes:
- Exclusión
- Inclusión
- Competencia
Tipos de procesos más frecuentes:
- Consumo
- Producción
- Coevolución

Grupo: Star Wars Sithposting

Fecha: Miércoles 25 de marzo 2020

Muestra de publicación



Descripción: Imagen más descripción de la trama de Return of the Jedi vista desde la perspectiva de los andorides.

Agente
Agente humano: Usuario de Facebook
Agente tecnológico: Herramienta compartir de Facebook
Actividad Autónoma
Tipo de publicación: Publicación compartida
Tipo de proceso: Circulación

Relaciones / Sociabilidad
Número de reacciones: 1.6 mil
Reacciones dominantes: Like, haha, love
Número de comentarios: 35

Interacción / Procesos
Tipo de relaciones más frecuentes:
- Cooperación
- Inclusión
- Multidireccional
Tipos de procesos más frecuentes:
- Coevolución
- Circulación
- Significación

Muestra de publicación



Descripción: Meme referente al uso de máscaras en el trabajo por la situación de COVID.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook

Agente tecnológico: Editor de imagen o captura de tweet.

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa

Tipo de proceso: Significación / circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 408

Reacciones dominantes: Like, haha, love

Número de comentarios: 18

Interacción / Procesos

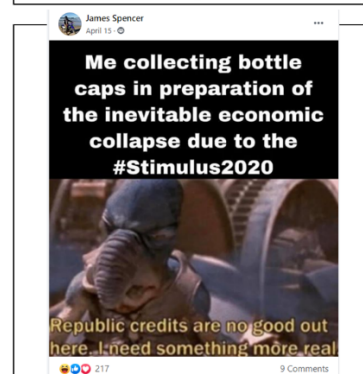
Tipo de relaciones más frecuentes:

- Unidireccional
- Igualdad
- Inclusión

Tipos de procesos más frecuentes:

- Circulación
- Inclusión
- Significación

Muestra de publicación



Descripción: Meme vinculando la situación económica tras el brote COVID con escena de la saga.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook

Agente tecnológico: Editor de imagen

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa

Tipo de proceso: Significación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 217

Reacciones dominantes: Haha, like, love

Número de comentarios: 9

Interacción / Procesos

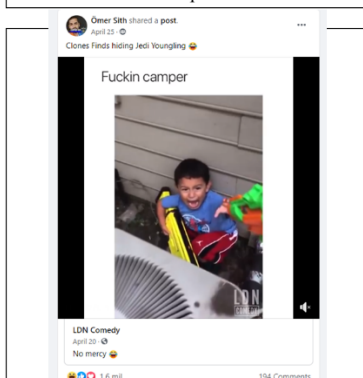
Tipo de relaciones más frecuentes:

- Bidireccional
- Igualdad
- Inclusión

Tipos de procesos más frecuentes:

- Significación
- Coevolución
- Convergencia

Muestra de publicación



Descripción: Video haciendo mofa de los campers en videojuegos. Comentario relacionándolo con la trama de los films.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook

Agente tecnológico: Editor de video

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Video compartido de otra página

Tipo de proceso: Significación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 1.6 mil

Reacciones dominantes: Haha, like, love

Número de comentarios: 194.

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:

- Unidireccional
- Igualdad
- Inclusión

Tipos de procesos más frecuentes:

- Circulación
- Consumo
- Significación

Muestra de publicación



Descripción: Meme compartido, respecto a la incongruencia del Código Jedi.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Herramienta en Facebook compartir
Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación compartida
 Tipo de proceso: Circulación

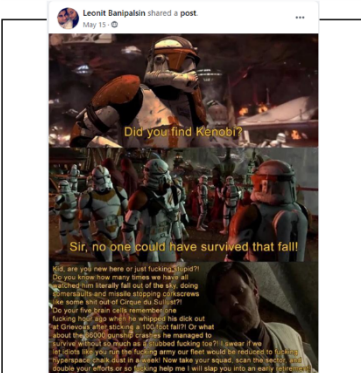
Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: + 4,3 mil
 Reacciones dominantes: Like, haha, love
 Número de comentarios: 294

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Cooperación
 - Competencia
 - Multidireccional
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Significación
 - Coevolución
 - Convergencia

Muestra de publicación



Descripción: Meme crítica sobre la incongruencia de la trama de una escena específica con base a datos del universo expandido.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Herramienta en Facebook
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Publicación compartida de otra página.
 Tipo de proceso: Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 1 mil
 Reacciones dominantes: Haha, like, love
 Número de comentarios: 47

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Cooperación
 - Igualdad
 - Bidireccional
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Convergencia
 - Coevolución
 - Circulación

Muestra de publicación



Descripción: Meme relacionado con escena canónica utilizada para la elaboración de otros memes, cambiando su significado.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Editor de imagen.
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Publicación directa.
 Tipo de proceso: Significación

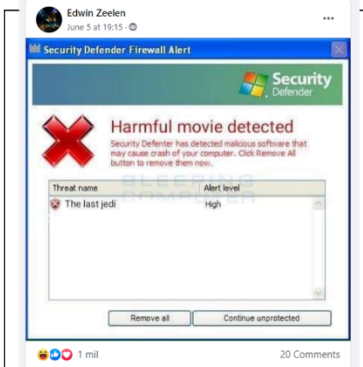
Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 1.7 mil.
 Reacciones dominantes: like, haha, love
 Número de comentarios: 44.

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Cooperación
 - Inclusión
 - Multidireccional
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Producción
 - Circulación
 - Coevolución

Muestra de publicación



Descripción: Imagen emulando ventana de Security Defender con texto rechazando The last Jedi.

Agente

Agente humano: Usuario en Facebook
 Agente tecnológico: Editor de imagen
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Publicación directa
 Tipo de proceso: Significación

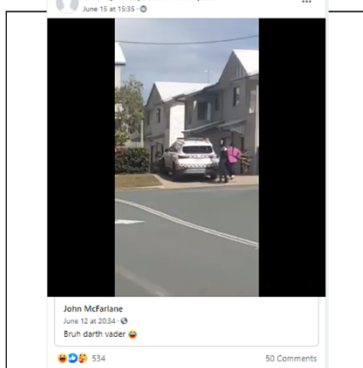
Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 1 mil
 Reacciones dominantes: Haha, like, love
 Número de comentarios: 20

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - bidireccional
 - igualdad
 - cooperación
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - inclusión
 - convergencia
 - Significación

Muestra de publicación



Descripción: Video compartido. Persona disfrazada de Darth Vader camina por la calle cargando una caja.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook.
 Agente tecnológico: Dispositivo para grabar audio y video.
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Post compartido.
 Tipo de proceso: Circulación.

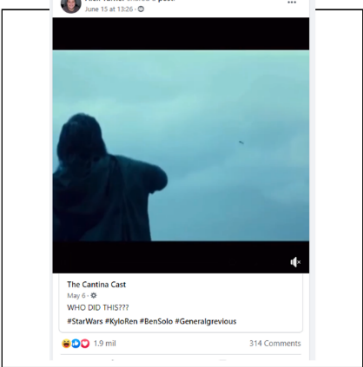
Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 534
 Reacciones dominantes: Haha, like, care
 Número de comentarios: 50

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Bidireccional
 - Inclusión
 - Igualdad
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Circulación
 - Inclusión
 - Significación

Muestra de publicación



Descripción: video compartido, mashup digital entre escena de Ben Solo y General Grievous.

Agente

Agente humano: usuario de Facebook.
 Agente tecnológico: Herramienta en Facebook.
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Compartir
 Tipo de proceso: Producción

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 1.9 mil
 Reacciones dominantes: Haha, like, love
 Número de comentarios: 314

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Multidireccional
 - Exclusión
 - Cooperación
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Significación
 - Exclusión
 - Divergencia

4.4.1 Star Wars Universe

Este grupo cuenta con 155,996 miembros³² y va en aumento. Es el segundo grupo con más miembros y el primero en idioma español. Cuenta con usuarios de varios países y no se menciona alguna ubicación específica.

Su propia descripción menciona: “Bienvenidos a Star Wars Universe, un grupo en el que podrás compartir tu afición con personas de todas partes del mundo. Importante leer nuestro reglamento y los comunicados antes de realizar alguna publicación o comentario”.

En las reglas del grupo se incluye:

1. Respeto ante todo.
2. Prohibido el Spam.
3. No se permiten ventas.
4. Totalmente prohibido transmisiones de contenido.
5. El grupo no es muro personal.
6. Evitar repetir publicaciones.
7. Colocar spoiles en forma específica para evitar perjudicar a los demás.
8. Importante utilizar el foro.

Dentro de su propia temática Star Wars Universe cuenta con una página oficial y un grupo de bazar para compra y venta de productos en Facebook, también tiene un foro de contenido que cuanta con datos, artículos y contenido descargable (no legal). Todo ello, si bien está vinculado a la temática, no figura como contenido del grupo estudiado.

³² Dato obtenido el 13 de julio de 2020.

Grupo: Star Wars Universe

Fecha: Viernes 5 de julio 2019

Muestra de publicación



Descripción

Agente

Agente humano:

Agente tecnológico:

Actividad Autónoma

Tipo de publicación:

Tipo de proceso:

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones:

Reacciones dominantes:

Número de comentarios:

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:

-

-

-

Tipos de procesos más frecuentes:

-

-

-

Día no encontrado

Grupo: Star Wars Universe

Fecha: Lunes 15 de julio 2019

Muestra de publicación



Descripción: Secuencia de ilustraciones con escenas de la saga.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook

Agente tecnológico: Edición de imagen

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa

Tipo de proceso: Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 875

Reacciones dominantes: Me gusta, me encanta, me asombra

Número de comentarios: 15

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:

- Bidireccional

- Igualdad

- Inclusión

Tipos de procesos más frecuentes:

- Circulación

- Inclusión

- Consumo

Grupo: Star Wars Universe

Fecha: jueves 25 julio 2019

Muestra de publicación



Descripción: Fotografías de usuarios bebiendo alcohol acompañados de una figura de Darth Vader.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook

Agente tecnológico: Dispositivo fotográfico

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación compartida

Tipo de proceso: Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 185

Reacciones dominantes: Me divierte, me gusta me encanta

Número de comentarios: 9

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:

- Inclusión

- Igualdad

- Bidireccional

Tipos de procesos más frecuentes:

- Significación

- Consumo

- Inclusión

Grupo: Star Wars Universe

Fecha: Lunes 5 de agosto 2019

Muestra de publicación



Descripción: Publicación de usuario pidiendo recomendaciones.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
Agente tecnológico: Herramienta en Facebook

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa
Tipo de proceso: Producción

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 4
Reacciones dominantes: Me gusta
Número de comentarios: 20

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
- Cooperación
- Inclusión
- Exclusión
Tipos de procesos más frecuentes:
- Producción
- Circulación
- Coevolución

Grupo: Star Wars Universe

Fecha: Jueves 15 de agosto 2019

Muestra de publicación



Descripción: Recordatorio del aniversario del estreno de la película The Clone Wars (inicio de la serie animada).

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
Agente tecnológico: Herramienta en Facebook

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa
Tipo de proceso: Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 126
Reacciones dominantes: Me gusta, me encanta, me divierte
Número de comentarios: 49

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
- Igualdad
- Inclusión
- Bidireccional
Tipos de procesos más frecuentes:
- Inclusión
- Convergencia
- Consumo

Grupo: Star Wars Universe

Fecha: Domingo 25 de agosto 2019

Muestra de publicación



Descripción: Fragmento del episodio III, el nacimiento de Darth Vader.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
Agente tecnológico: Editor de video

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa
Tipo de proceso: Circulación / Consumo

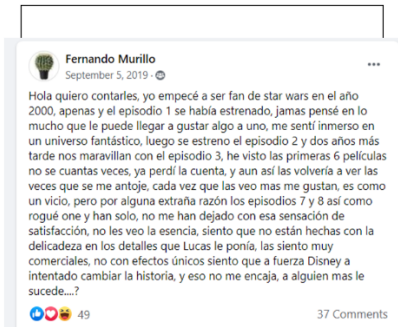
Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 217
Reacciones dominantes: Me gusta, me encanta, me asombra
Número de comentarios: 38

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
- Exclusión
- Dominación
- Bidireccional
Tipos de procesos más frecuentes:
- Exclusión
- Divergencia
- Significación

Muestra de publicación



Descripción: Usuario expresando su sentir respecto a la sensación de las precuelas vs las películas de Disney, buscando la opinión de los demás.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Herramienta en Facebook
Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa
 Tipo de proceso: Circulación / Significación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 49
 Reacciones dominantes: Me gusta, me encanta, me divierte
 Número de comentarios: 37

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Bidireccional
 - Inclusión
 - Cooperación
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Coevolución
 - Producción
 - Significación

Muestra de publicación



Descripción: Transmisión en vivo sobre la nueva plataforma Disney + (no disponible en Latinoamérica).

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Herramienta en Facebook
Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Transmisión en vivo
 Tipo de proceso: Consumo / Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 75
 Reacciones dominantes: Me gusta, me encanta, me sorprende
 Número de comentarios: 42

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Bidireccional
 - Cooperación
 - Inclusión
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Consumo
 - Inclusión
 - Coevolución

Muestra de publicación



Descripción: Fotografías de Mark Hamill más comentario recordando el cumpleaños del actor.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Herramienta en Facebook
Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa más comentario
 Tipo de proceso: Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 824
 Reacciones dominantes: Me gusta, me encanta, me asombra
 Número de comentarios: 65

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Cooperación
 - Igualdad
 - Inclusión
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Consumo
 - Inclusión
 - Producción

Muestra de publicación



Descripción: Fotografías con comentario. Demostración de la afición por SW por parte de la hija de un usuario con motivo de su cumpleaños.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Dispositivo fotográfico

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa
 Tipo de proceso: Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 345
 Reacciones dominantes: Me gusta, me encanta, me asombra
 Número de comentarios: 20

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Bidireccional
 - Inclusión
 - Igualdad
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Inclusión
 - Significación
 - Significación

Muestra de publicación



Descripción: Meme relacionado con la selección preferencial de tener un sable de luz sobre otras cosas.

Agente

Agente humano: Usuaría de Facebook
 Agente tecnológico: Editor de imagen

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa
 Tipo de proceso: Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 1 mil
 Reacciones dominantes: Me encanta, me divierte, me gusta
 Número de comentarios: 69

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Igualdad
 - Inclusión
 - Cooperación
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Significación
 - Inclusión
 - Circulación

Muestra de publicación



Descripción: Video mashup de grabaciones sobre reacciones, relacionándolo con el tráiler del Episodio VII

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Editor de video

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa
 Tipo de proceso: Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 192
 Reacciones dominantes: Me encanta, me gusta, me divierte
 Número de comentarios: 20

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Igualdad
 - Competencia
 - Exclusión
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Consumo
 - Significación
 - Circulación

Muestra de publicación



Descripción: Dibujo fanmade más comentario aclarando que hay otros usuarios del grupo con mucho talento y sólo quiere compartir su aportación

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Dispositivo fotográfico
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Publicación directa
 Tipo de proceso: Producción / Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 521
 Reacciones dominantes: Me gusta, me encanta, me asombra
 Número de comentarios: 49

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Inclusión
 - Bidireccional
 - Igualdad
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Consumo
 - Inclusión
 - Significación

Muestra de publicación



Descripción: Aviso a la comunidad sobre el lanzamiento de skins de Star Wars en Fortnite.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Dispositivo fotográfico
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Publicación directa
 Tipo de proceso: Circulación / Consumo

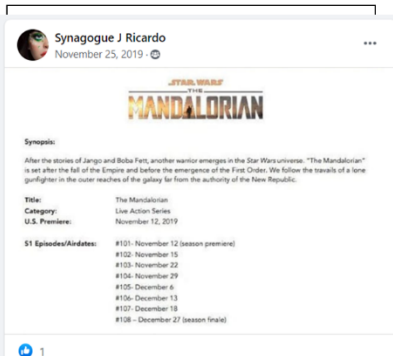
Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 365
 Reacciones dominantes: Me gusta, me encanta, me asombra
 Número de comentarios: 60

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Multidireccional
 - Inclusión
 - Exclusión
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Circulación
 - Inclusión
 - Exclusión

Muestra de publicación



Descripción: Captura de pantalla con la información y las fechas de estreno de los capítulos de la serie The Mandalorian.

Agente

Agente humano: Usuaría de Facebook
 Agente tecnológico: Herramienta en Facebook
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Publicación directa
 Tipo de proceso: Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 1
 Reacciones dominantes: Me gusta
 Número de comentarios: 0

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - No aplica
 - No aplica
 - No aplica
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - No aplica
 - No aplica
 - No aplica

Grupo: Star Wars Universe

Fecha: Jueves 5 de diciembre 2019

Muestra de publicación



Descripción: Comentario e imagen informando que los actores principales de las secuelas anuncian que ya no volverán a ser parte del cast en futuras entregas.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook

Agente tecnológico: Herramienta en Facebook

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa

Tipo de proceso: Consumo / Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 628

Reacciones dominantes: Me gusta, me entristece, me encanta

Número de comentarios: 198

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:

- Inclusión
- Exclusión
- Competencia

Tipos de procesos más frecuentes:

- Divergencia
- Producción
- Circulación

Grupo: Star Wars Universe

Fecha: Domingo 15 de diciembre 2019

Muestra de publicación



Descripción: Fotografía, hermano y hermana con sables de luz.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook

Agente tecnológico: Dispositivo fotográfico

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa

Tipo de proceso: Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 205

Reacciones dominantes: Me gusta, me encanta, me divierte

Número de comentarios: 36

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:

- Inclusión
- Exclusión
- Dominación

Tipos de procesos más frecuentes:

- Inclusión
- Exclusión
- Divergencia

Grupo: Star Wars Universe

Fecha: Miércoles 25 de diciembre 2019

Muestra de publicación



Descripción: Comentario crítico sobre la trama de The rise of skywalker.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook

Agente tecnológico: Herramienta en Facebook

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa

Tipo de proceso: Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 197

Reacciones dominantes: Me divierte, me gusta, me encanta

Número de comentarios: 118

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:

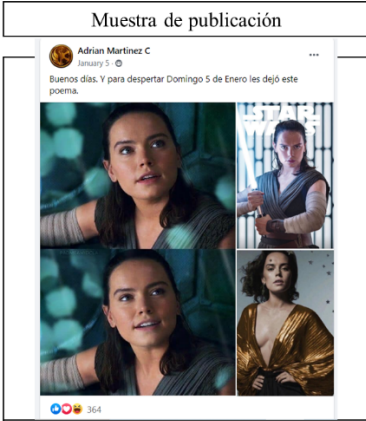
- Competencia
- Exclusión
- Dominación

Tipos de procesos más frecuentes:

- Exclusión
- Divergencia
- Coevolución

Grupo: Star Wars Universe Fecha: Domingo 5 de enero 2020

Muestra de publicación



Descripción: Serie de fotografías de la actriz Daisy Ridley más comentario mencionando que ella es un poema.

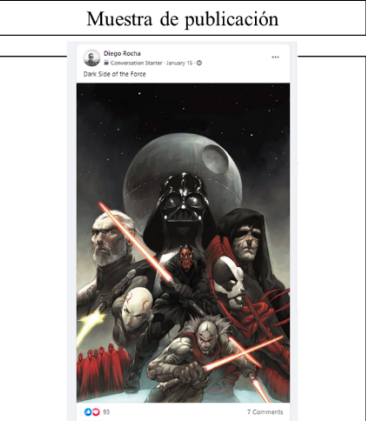
Agente
 Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Herramienta en Facebook
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Publicación directa
 Tipo de proceso: Circulación / Significación

Relaciones / Sociabilidad
 Número de reacciones: 364
 Reacciones dominantes: Me gusta, me encanta, me divierte
 Número de comentarios: 0

Interacción / Procesos
 Tipo de relaciones más frecuentes:
 - No aplica
 - No aplica
 - No aplica
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - No aplica
 - No aplica
 - No aplica

Grupo: Star Wars Universe Fecha: Miércoles 15 de enero 2020

Muestra de publicación



Descripción: Imagen con personajes icónicos del lado oscuro de la fuerza.


Agente
 Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Herramienta en Facebook
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Publicación directa
 Tipo de proceso: Circulación

Relaciones / Sociabilidad
 Número de reacciones: 93
 Reacciones dominantes: Me gusta, me encanta
 Número de comentarios: 7

Interacción / Procesos
 Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Cooperación
 - Multidireccional
 - Inclusión
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Significación
 - Inclusión
 - Consumo

Grupo: Star Wars Universe Fecha: Sábado 25 de enero 2020

Muestra de publicación



Descripción: Publicación pidiendo recomendaciones sobre el videojuego Star Wars Pod Racer.

Agente
 Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Herramienta en Facebook
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Publicación directa
 Tipo de proceso: Producción

Relaciones / Sociabilidad
 Número de reacciones: 21
 Reacciones dominantes: Me gusta, me encanta, me divierte.
 Número de comentarios: 30

Interacción / Procesos
 Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Cooperación
 - Inclusión
 - Bidireccional
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Coevolución
 - Convergencia
 - Consumo

Muestra de publicación



Descripción: Montaje de los personajes pertenecientes a la familia Skywalker, más comentario despectivo al giro del personaje Rey.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Editor de imagen

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa
 Tipo de proceso: Significación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 190
 Reacciones dominantes: Me gusta, me divierte, me encanta
 Número de comentarios: 87

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Multidireccional
 - Exclusión
 - Competencia
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Significación
 - Coevolución
 - Cooperación

Muestra de publicación



Descripción: Fotografía de playera con temática híbrida entre Star Wars y Cats.

Agente

Agente humano: Usuaría de Facebook
 Agente tecnológico: Dispositivo fotográfico

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa
 Tipo de proceso: Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 436
 Reacciones dominantes: Me encanta, me gusta, me divierte
 Número de comentarios: 40

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Inclusión
 - Igualdad
 - Bidireccional
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Inclusión
 - Circulación
 - Consumo

Muestra de publicación



Descripción: Captura de pantalla de usuaria que comparte meme relacionado con los títulos de la saga con el gobierno de USA.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Herramienta en Facebook

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa
 Tipo de proceso: Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 1
 Reacciones dominantes: Me gusta
 Número de comentarios: 0

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - No aplica
 - No aplica
 - No aplica
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - No aplica
 - No aplica
 - No aplica

Muestra de publicación



Descripción: Comentario más meme, describe las revelaciones mencionadas por Disney de The Rise of Skywalker rechazando el nuevo giro.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Herramienta en Facebook

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa
 Tipo de proceso: Significación / Circulación

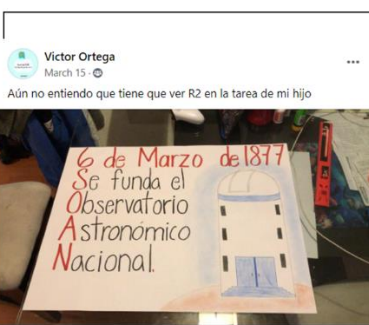
Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 169
 Reacciones dominantes: Me divierte, me gusta, me entristece
 Número de comentarios: 46

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Exclusión
 - Competencia
 - Dominación
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Exclusión
 - Divergencia
 - Significación

Muestra de publicación



Descripción: Fotografía de la tarea del hijo del usuario, el cual vincula el dibujo con R2D2.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Dispositivo fotográfico

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Circulación
 Tipo de proceso:

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 18
 Reacciones dominantes: Me divierte, me gusta
 Número de comentarios: 0

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - No aplica
 - No aplica
 - No aplica
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - No aplica
 - No aplica
 - No aplica

Muestra de publicación



Descripción: Montaje de varios fotogramas de las películas donde aparece Luke, con la finalidad de compararlo a través de los años.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Editor de imagen

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa con comentario
 Tipo de proceso: Circulación / Consumo

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 230
 Reacciones dominantes: Me encanta, me gusta
 Número de comentarios: 18

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Cooperación
 - Exclusión
 - Competencia
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Divergencia
 - Significación
 - Exclusión

Muestra de publicación



Descripción: Usuario preguntando el origen de Anakin más fotografía del personaje.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Herramienta en Facebook
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Publicación directa con pregunta
 Tipo de proceso: Significación / Consumo

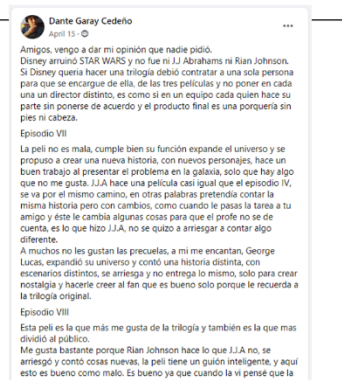
Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 27
 Reacciones dominantes: Me gusta, me encanta, me divierte
 Número de comentarios: 18

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Cooperación
 - Exclusión
 - Igualdad
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Coevolución
 - Convergencia
 - Significación

Muestra de publicación



Descripción: Comentario personal sobre cada una de las películas de la nueva trilogía, concluyendo que los cambios de directores fue el error más importante

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Herramienta en Facebook
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Publicación directa
 Tipo de proceso: Producción

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 41
 Reacciones dominantes: Me gusta, me encanta, me divierte
 Número de comentarios: 24

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Competencia
 - Dominación
 - Multidireccional
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Producción
 - Significación
 - Divergencia

Muestra de publicación



Descripción: Imagen con los personajes de las películas secuela. Comentario nombrándola la saga de Skywalker.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Herramienta en Facebook
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Publicación directa
 Tipo de proceso: Circulación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 189
 Reacciones dominantes: Me gusta, me encanta, me divierte
 Número de comentarios: 46

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:
 -Competencia
 - Exclusión
 - Dominación
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Divergencia
 - Exclusión
 - Significación

Muestra de publicación

Descripción: Propuesta de usuario para incluir al personaje Rex a The Mandalorian, pidiendo la opinión de los demás.

Agente
 Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Herramienta en Facebook
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Publicación directa con comentario
 Tipo de proceso: Inclusión / producción

Relaciones / Sociabilidad
 Número de reacciones: 607
 Reacciones dominantes: Me gusta, me encanta, me importa
 Número de comentarios: 99

Interacción / Procesos
 Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Multidireccional
 - Inclusión
 - Cooperación
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Significación
 - Coevolución
 - Producción

Muestra de publicación

Descripción: Fotografía de aretes simulación al Halcón Milenario.

Agente
 Agente humano: Usuaría de Facebook
 Agente tecnológico: Dispositivo fotográfico
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Publicación directa más comentario
 Tipo de proceso: Circulación / Consumo

Relaciones / Sociabilidad
 Número de reacciones: 153
 Reacciones dominantes: Me gusta, me encanta, me sorprende
 Número de comentarios: 17

Interacción / Procesos
 Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Bidireccional
 - Inclusión
 - Igualdad
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Circulación
 - Consumo
 - Inclusión

Muestra de publicación

Descripción: Meme comparativo entre DreamWorks y Disney sobre creación de secuela, más comentario referente a Star Wars.

Agente
 Agente humano: Usuario de Facebook
 Agente tecnológico: Editor de imagen
Actividad Autónoma
 Tipo de publicación: Publicación directa
 Tipo de proceso: Significación

Relaciones / Sociabilidad
 Número de reacciones: 829
 Reacciones dominantes: Me divierte, me gusta, me encanta
 Número de comentarios: 75

Interacción / Procesos
 Tipo de relaciones más frecuentes:
 - Multidireccional
 - Igualdad
 - Competencia
 Tipos de procesos más frecuentes:
 - Convergencia
 - Coevolución
 - Significación

Grupo: Star Wars Universe

Fecha: Viernes 5 de junio 2020

Muestra de publicación



Descripción: Dinámica para conocer la era más popular de la saga.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
Agente tecnológico: Editor de imagen

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Elaboración de dinámica
Tipo de proceso: Convergencia

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 1.1 mil
Reacciones dominantes: Me gusta, me encanta, me asombra
Número de comentarios: 92

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:

- Cooperación
- Multidireccional
- Inclusión

Tipos de procesos más frecuentes:

- Consumo
- Producción
- Significación

Grupo: Star Wars Universe

Fecha: Lunes 15 de junio 2020

Muestra de publicación



Descripción: Video del tráiler oficial del videojuego Star Wars: Squadrons, link de YouTube.

Agente

Agente humano: Usuario de Facebook
Agente tecnológico: YouTube, herramienta en Facebook

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Link compartido más comentario
Tipo de proceso: Circulación / Consumo

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 89
Reacciones dominantes: Me gusta, Me encanta, Me asombra
Número de comentarios: 42

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:

- Cooperación
- Igualdad
- Multidireccional

Tipos de procesos más frecuentes:

- Significación
- Convergencia
- Circulación

Grupo: Star Wars Universe

Fecha: Jueves 25 de junio 2020

Muestra de publicación



Descripción: Escena de película de Luis Miguel vinculándola a escena canónica de Star Wars.

Agente

Agente humano:
Agente tecnológico:

Actividad Autónoma

Tipo de publicación: Publicación directa
Tipo de proceso: Significación

Relaciones / Sociabilidad

Número de reacciones: 85
Reacciones dominantes: Me divierte, me gusta, me entristece
Número de comentarios: 6

Interacción / Procesos

Tipo de relaciones más frecuentes:

- Unidireccional
- Igualdad
- Inclusión

Tipos de procesos más frecuentes:

- Significación
- Circulación
- Consumo

Capítulo 5 Modelo hipermedial complejo

En el presente capítulo se generará y expondrá el Modelo Basado en Agentes, el cual, por las características del fenómeno que se busca describir en la investigación, se denomina Modelo Hipermedial Complejo, su finalidad será describir los procesos comunicativos de los fans del Universo Star Wars dentro de la hipermediación seleccionada, con base a la información recabada en el capítulo anterior.

En un primer momento se presenta el análisis de los datos obtenidos en la metodología empleada, por medio de observaciones generales y un análisis de contraposición de las dimensiones y categorías.

A continuación, se explicará los puntos a considerar para la correcta formación de un modelo, aplicando dichos puntos a la investigación presentada. Se mostrarán los elementos necesarios para generar un modelo dinámico complejo, aplicado al objeto de investigación, con base a los parámetros del Modelo Basado en Agentes (ABM), para lo cual se explicará a grandes rasgos el Software de Modelación de Sistemas Dinámicos Stella, el cuál será el soporte para la creación del modelo deseado.

Finalmente, se expondrá el modelo resultante de las observaciones de los procesos comunicativos de los fans, en el cual se pretende mostrar de manera visual el comportamiento de esta clase de dimensión a través de su concepción como sistema complejo

5.1 Análisis de la recopilación de datos

Retomando el capítulo anterior, la recopilación de los contenidos generados por los fans, en el medio Facebook, logró arrojar las siguientes observaciones:

- Si bien el objetivo de los grupos está bien delimitado al tratarse del Universo de Star Wars, los contenidos retoman otros universos narrativos y diversas referencias contextuales para resignificarlas hacia Star Wars; por ejemplo, se retoman películas, series e inclusive acontecimientos contextuales, ya sean actuales o pasados (véase la muestra: domingo 15 de diciembre de 2019, grupo Star Wars Sithposting).
- Respecto a lo anterior, no existe una predominancia por la utilización del entorno inmediato para la realización de contenidos. Así como se puede utilizar una noticia actual, puede ocuparse una película de hace 20 años y la aceptación del contenido tiene las mismas posibilidades.
- Los procesos de significación de los usuarios y de los grupos para reconocer elementos del Universo de Star Wars no necesariamente debe ser implícito, existen referencias que cualquiera puede comprender por el simple hecho de ser fan (véase la muestra: miércoles 15 de enero de 2020, grupo Star Wars Sithposting).
- Siguiendo con los procesos de significación, los contenidos compartidos no necesariamente son contenidos que se crearon con la finalidad de crear sentido para el Universo Star Wars, sino que es el manejo de la información lo que dota de ese sentido. Ejemplo claro de ello es cuando se comparte una imagen que no tiene nada que ver con la saga, pero el comentario agregado del usuario cambia la significación y la introduce dentro del Universo de Star Wars. (véase la muestra: Viernes 25 de octubre de 2019, grupo Star Wars Universe).
- Existe la imposibilidad de conocer al 100% si las creaciones de los contenidos son propias; si bien algunos usuarios explican que es un “post robado” la mayoría no presta atención a ello, e inclusive no es del interés de los receptores. En

algunos contenidos específicos (en su mayoría los que provienen de páginas que buscan aumentar sus seguidores) los contenidos vienen señalados con marca de agua para ubicar al autor.

- Si bien los grupos tienen la posibilidad de mostrar contenidos de forma cronológica, la opción predeterminada es mostrarlos con base a las últimas interacciones, por lo tanto, los contenidos que permanecerán más tiempo visibles para los usuarios serán los más populares. Por tal motivo, una publicación de hace un año puede aparecer como más activa al contrario de las más recientes, lo que demuestra que el tiempo en esta clase de hipermediaciones no es lineal.
- Es visible la forma en que los contenidos se hibridan para poder colocarlos dentro del contexto tecnológico de Facebook, como lo son las capturas de pantalla para compartir información de otros medios digitales. Ejemplo de ello son los tweets, los cuales, si se compartieran por medio del link, Facebook no presenta una ventana emergente que visualice el contenido del mismo, por lo tanto los usuarios toman captura de pantalla del tweet, la recortan y la comparten en forma de fotografía para poder difundir la información.
- Una de las redes sociales más populares recientemente es TikTok, una herramienta para generar contenido audiovisual; su mecánica coloca el sello de la aplicación y la cuenta del usuario que creó el contenido, por lo tanto, cuando se comparte en otro medio (como en el caso de Facebook), se puede identificar directamente a los creadores. Este punto difiere de los mencionados anteriormente sobre el desconocimiento de los creadores.
- Existen fechas específicas donde los usuarios comparten más información dependiendo del contexto en el que se encuentren. Un ejemplo fue la recopilación de contenido del 25 de diciembre, el cual, comparado con otros días, se contaron

con bastantes publicaciones de los usuarios. Esto se puede vincular con que, al ser un día festivo, es usual que los usuarios utilicen más las redes sociales por las características de interacción que conlleva la Navidad.

- Si bien en los grupos se busca que no exista el reposteo (inclusive las reglas del grupo lo muestran de forma explícita), por la cantidad de información que se comparte, es imposible que todos los usuarios vean el total de los contenidos, por lo tanto pueden repetirse. Lo interesante de ello es que si bien se puede compartir la misma imagen dos veces, las interacciones obtenidas son diferentes, y dependen de las circunstancias y los usuarios que interactúen en un momento específico.
- Las interacciones analizadas se observan como una extensión de la vida cotidiana de los usuarios, los cuales comparten conocimientos, momentos y eventos de su vida cotidiana con el grupo. Caso observable cuando algún usuario festeja su cumpleaños y comparte sus regalos o decoraciones con la temática de Star Wars; en estos casos los demás usuarios suelen felicitar al usuario y seguir la interacción.
- Respecto al punto anterior, los usuarios suelen compartir fotografías de sus familiares e inclusive de niños menores de edad, si bien ese acto puede resultar peligroso para la seguridad de los involucrados, los usuarios reconocen a los grupos como un lugar seguro y confían en los demás participantes.
- Si bien la temática predominante de los grupos son los memes, en un lugar considerable se encuentra la discusión sobre las películas y series, donde se observa una visible necesidad de compartir y reafirmar opiniones con la otredad, característica natural de las comunidades de fans (véase la muestra: miércoles 15 de abril de 2020, grupo Star Wars Universe).

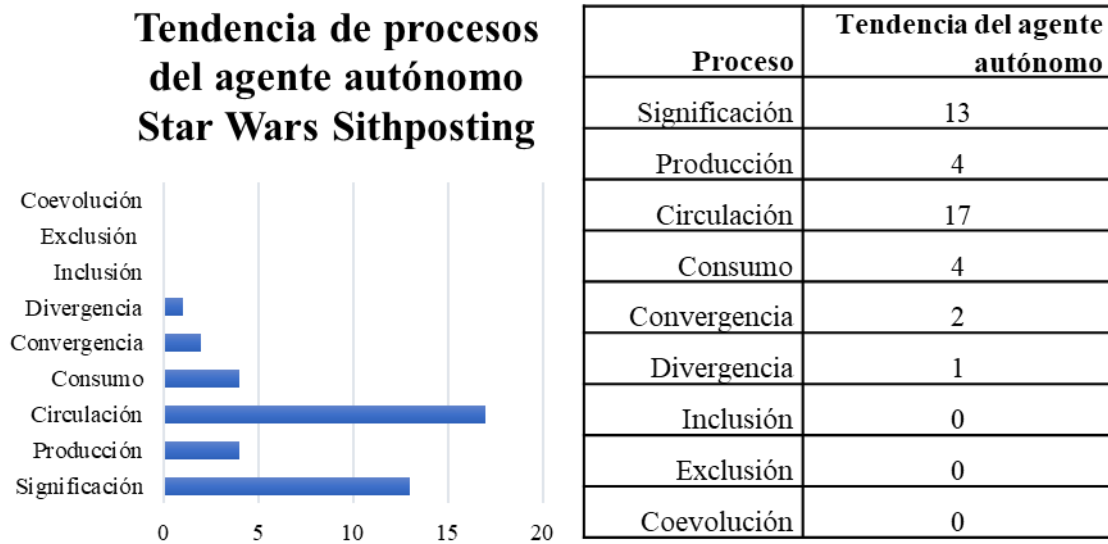
- Los grupos resultan el lugar idóneo para que cualquier fan pueda compartir sus análisis extendidos sobre las tramas del Universo Star Wars, teniendo en cuenta las posibles interacciones de afirmación o crítica que pueda traer consigo. Los usuarios disfrutan de las discusiones al verse interactuando con usuarios similares a ellos mismos en cuanto a conocimiento y gustos.
- El universo de Star Wars es muy vasto, y lo es aún más con las incorporaciones de los usuarios, en donde objetos alusivos a los filmes entran como contenido para compartir. A su vez, se busca compartir cualquier clase de información independientemente del medio en que se encuentre, por ejemplo, los *skins* de Fortnite sobre SW; este contenido llama la atención independientemente de si los demás usuarios juegan dicho videojuego o no (véase la muestra: viernes 15 de noviembre de 2019, grupo Star Wars Universe).
- Un contenido puede cambiar de significación dependiendo de las interacciones de los usuarios. Una publicación que comparta contenido de Star Wars puede resultar en interacciones que mencionen algún aspecto de la publicación que no tiene que ver con la temática, pero por interés de los usuarios terminarán discutiendo al respecto dejando de lado el objetivo primario de la publicación.
- Existen publicaciones destinadas a provocar a los demás usuarios mediante compartir contenido erróneo o con información que a la mayoría les desagrada. Si bien esta clase de publicaciones parecieran ajenas a los objetivos del grupo, en realidad no lo son, ya que se encuentran dentro de la temática y terminan incitando al diálogo y a la interacción.
- Existen las publicaciones que por el contrario cubren con la temática de los grupos, sin embargo no provocan interacciones (ni en comentarios ni en

reacciones). Si bien la hipermediación no trasciende, por el simple hecho de pertenecer a los contenidos del grupo sí se puede considerar una hipermediación.

- Se identificaron los meses menos activos de interacción, los cuales coincidieron en ambos grupos. Estos meses corresponden a Noviembre y Octubre de 2019, así como Marzo del 2020.
- Respecto a reacciones y comentarios, se observa que no existe una tendencia definida en la relación comentario-reacción. Existen publicaciones donde las reacciones son muy altas en cantidad, pero existen comentarios nulos. A la inversa, pueden existir publicaciones con gran cantidad de comentarios, pero con pocas o nulas reacciones. Eso depende de la naturaleza de la publicación. Así mismo, las reacciones pueden designar agrado o interés por una publicación mientras que los comentarios pueden ser de completo rechazo, por tal motivo las reacciones y los comentarios se consideran dos tipos diferentes de evaluar una publicación y se encuentran alejadas la una de la otra.
- La base contextual de las hipermediaciones generadas claramente están sujetas a las posibilidades tecnológicas que ofrece Facebook. Este aspecto se puede observar directamente con las reacciones, donde era imposible reaccionar con un “care/me importa” en las publicaciones de 2019, para su llegada en 2020 ya es usual para los usuarios utilizarla para denotar interés. Y no solo Facebook, también interviene la posibilidad tecnológica de otras redes sociales y por supuesto, su popularidad.

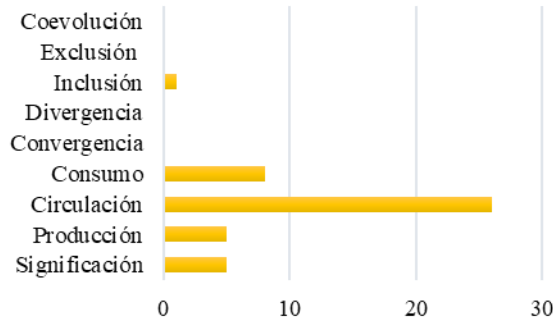
Respecto a las dimensiones y variables de análisis propuestas en la investigación, a continuación se presenta la información recabada en el aparato metodológico en el siguiente orden: a) procesos del agente autónomo, b) relaciones de sociabilidad de los

agentes y, c) procesos de interacción de los agentes; ello dividido entre el grupo Star Wars Sithposting, el grupo Star Wars Universe y una comparativa entre ambos grupos. Para finalizar se muestra la tendencia de interacción del agente autónomo, contrastada con la tendencia de procesos de los demás agentes.



En esta primera delimitación de datos se puede observar que el proceso principal al compartir contenidos es la circulación, seguida por la significación. Esto refleja el objetivo de los usuarios: que los demás se enteren de los contenidos y hagan sentido con base a los conocimientos compartidos. Producción y consumo se encuentran en un mismo nivel, pero no de manera significativa respecto a los anteriores.

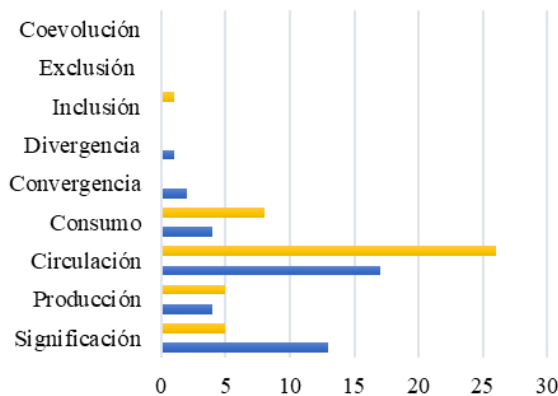
Tendencia de procesos del agente autónomo Star Wars Universe



| Proceso | Tendencia del agente autónomo |
|---------------|-------------------------------|
| Significación | 5 |
| Producción | 5 |
| Circulación | 26 |
| Consumo | 8 |
| Convergencia | 0 |
| Divergencia | 0 |
| Inclusión | 1 |
| Exclusión | 0 |
| Coevolución | 0 |

En el caso de los agentes autónomos de este grupo, ellos están centrados completamente en la circulación de sus contenidos, en segundo lugar se procura el consumo de los mismos pero no en una tendencia lo suficientemente significativa. A diferencia del grupo anterior la búsqueda por generar contenidos que generen significación no se encuentra como un objetivo primordial.

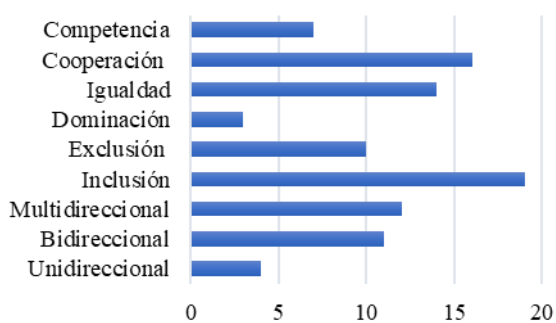
Total de procesos de los agentes autónomos



| Proceso | Tendencia del agente autónomo |
|---------------|-------------------------------|
| Significación | 18 |
| Producción | 9 |
| Circulación | 43 |
| Consumo | 12 |
| Convergencia | 2 |
| Divergencia | 1 |
| Inclusión | 1 |
| Exclusión | 0 |
| Coevolución | 0 |

Al observar el contraste de ambos grupos se puede identificar la diferencia con base en los objetivos identificados de los grupos. Mientras que Star Wars Sithposting busca de una manera más significativa el ejercicio de generar significaciones dentro de las publicaciones, Star Wars Universe centra su atención en la circulación de contenidos independientemente de si generan significaciones o no. En cuanto a los procesos totales claramente la circulación de los contenidos es el principal motor de ambos grupos por su propia naturaleza hipermedial.

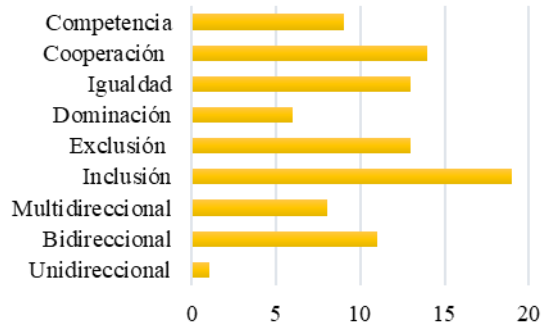
Tendencia de relaciones de sociabilidad de los agentes Star Wars Sithposting



| Relaciones | Tendencia |
|------------------|-----------|
| Unidireccional | 4 |
| Bidireccional | 11 |
| Multidireccional | 12 |
| Inclusión | 19 |
| Exclusión | 10 |
| Dominación | 3 |
| Igualdad | 14 |
| Cooperación | 16 |
| Competencia | 7 |

Sobre a las relaciones de sociabilidad de los agentes de este grupo, destacan las relaciones de inclusión sobre las demás, pero no por muchos puntos, ya que por debajo le sigue la cooperación y la igualdad. Esto refleja la singularidad del grupo por generar sociabilidad positiva. Las relaciones bidireccionales y multidireccionales también reflejan la búsqueda por la interacción dentro de los contenidos.

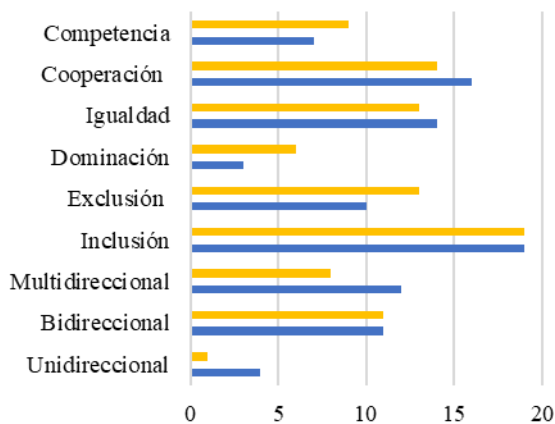
Tendencia de relaciones de sociabilidad de los agentes Star Wars Universe



| Relaciones | Tendencia |
|------------------|-----------|
| Unidireccional | 1 |
| Bidireccional | 11 |
| Multidireccional | 8 |
| Inclusión | 19 |
| Exclusión | 13 |
| Dominación | 6 |
| Igualdad | 13 |
| Cooperación | 14 |
| Competencia | 9 |

En el caso de las relaciones de sociabilidad de los agentes del grupo Star Wars Universe, se observa una tendencia similar que el grupo anterior, con una dominación más notable en el caso de la inclusión. Si bien la cooperación se encuentra en segundo lugar, por un punto de diferencia sigue la igualdad y la exclusión en el mismo nivel. En este caso el grupo tiende de una manera significativa a realizar críticas y silenciar contenidos que no suelen estar “a la altura”, por lo tanto esta forma de sociabilidad tiene un aspecto representativo.

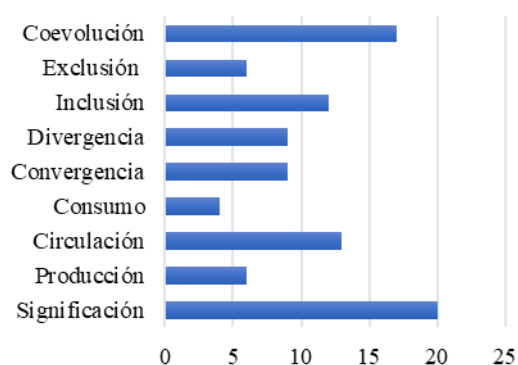
Total de relaciones de sociabilidad entre agentes



| Relaciones | Tendencia |
|------------------|-----------|
| Unidireccional | 5 |
| Bidireccional | 22 |
| Multidireccional | 20 |
| Inclusión | 38 |
| Exclusión | 23 |
| Dominación | 9 |
| Igualdad | 27 |
| Cooperación | 30 |
| Competencia | 16 |

Cuando se observa el total de las relaciones de sociabilidad entre agentes de ambos grupos, se aprecia el predominio por la relación de inclusión. Esta clase de relaciones demuestran que es coherente el objetivo de los grupos por mantener a Star Wars como el eje principal de la difusión de contenidos. La cooperación es un aspecto igualmente importante, demuestra que los usuarios se encuentran en la disposición de dedicarle tiempo a los contenidos. Por lo que concierne al sentido de dirección de las relaciones, claramente sobresalen la bidireccionalidad y multidireccionalidad sobre la unidireccionalidad, debido a que la hipermediación difícilmente se da en una dirección única, sino que está predispuesta a evolucionar hacia varias direcciones. En el caso de la dominación, si bien existen usuarios que buscan generar un choque con el ambiente de las interacciones, son los menos respecto a los que las buscan promover positivamente, por tal motivo la igualdad también cuenta con una tendencia significativa.

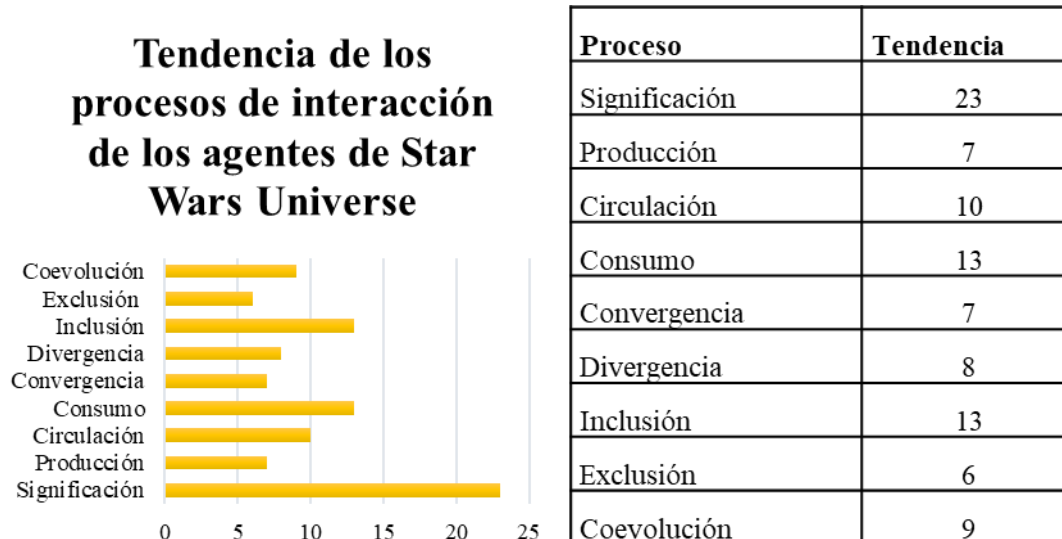
Tendencia de los procesos de interacción de los agentes de Star Wars Sithposting



| Proceso | Tendencia |
|---------------|-----------|
| Significación | 20 |
| Producción | 6 |
| Circulación | 13 |
| Consumo | 4 |
| Convergencia | 9 |
| Divergencia | 9 |
| Inclusión | 12 |
| Exclusión | 6 |
| Coevolución | 17 |

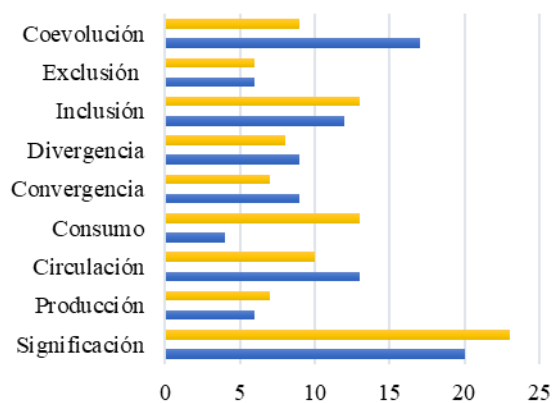
Acerca de la tendencia de los procesos de interacción de los agentes, en el grupo Star Wars Sithposting se cuenta con el proceso de significación en primer lugar, debido a que los usuarios buscan generar referencias partiendo de los contenidos presentados, por ello, en segundo lugar, está el proceso de coevolución; los usuarios realizan cadenas de

interacciones entre los comentarios de los demás usuarios, formando conocimiento entre todos. Teniendo en cuenta la búsqueda por generar significación, se entiende por qué la producción y el consumo quedan en la tendencia más baja.



En el caso del Grupo Star Wars Universe, el proceso de significación tiene la tendencia más alta y significativa. Los usuarios generalmente propician interacciones que vinculan las significaciones con la saga. En segundo lugar destaca la inclusión y el consumo; a diferencia del grupo anterior, el consumo es un aspecto importante puesto que existen publicaciones destinadas a recomendar o exponer contenido para el uso de los demás, lo cual encaja con la dinámica. Referente a la inclusión, la mayoría de los usuarios tiene una apertura para los contenidos. La convergencia y la coevolución no figuran en una tendencia predominante, demostrando que no necesariamente se busca interactuar de dicha manera (las interacciones suelen ser más espontáneas).

Total de procesos de interacción entre agentes



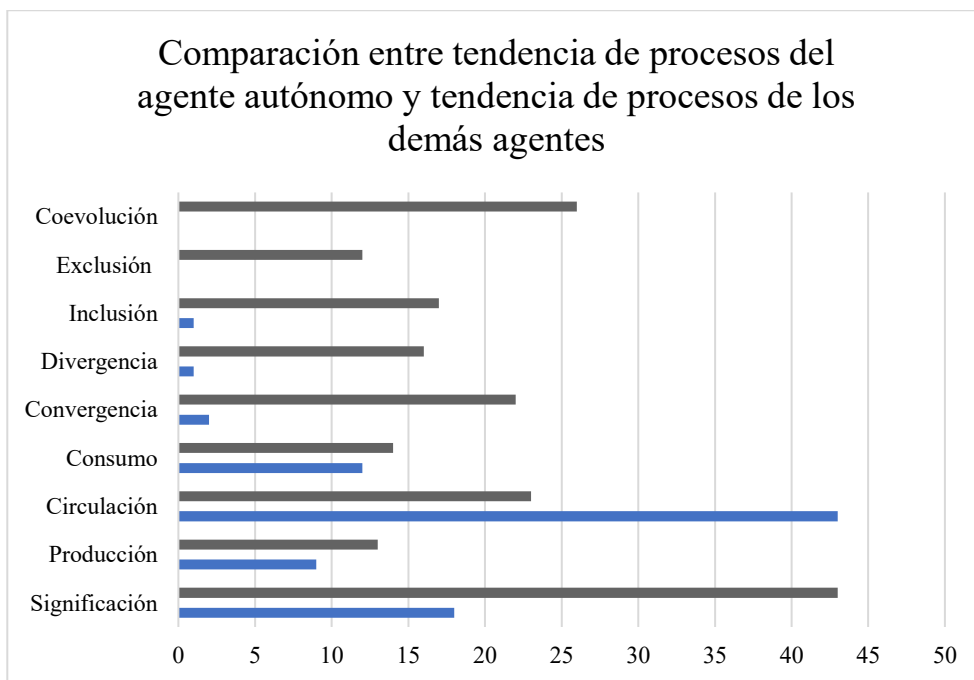
| Proceso | Tendencia |
|---------------|-----------|
| Significación | 43 |
| Producción | 13 |
| Circulación | 23 |
| Consumo | 14 |
| Convergencia | 22 |
| Divergencia | 16 |
| Inclusión | 17 |
| Exclusión | 12 |
| Coevolución | 26 |

En cuanto al total de los procesos de interacción entre agentes, el proceso de significación es claramente dominante; se debe tener en cuenta que los grupos de fans (en general, de cualquier temática), buscan compartir información con personas que compartan conocimientos previos, lo cual es uno de los motivadores principales de las comunidades virtuales: encontrar personas con gustos similares con los que se pueda compartir información que no podrían compartir con cualquier otro. Aunado a ello, los contenidos, al ser forzosamente sobre el Universo de Star Wars, hibridan junto con otra clase de narrativas para generar nuevas, por ello la base principal es la significación.

A continuación se aprecia el proceso de coevolución, uno de los procesos más importantes, ya que vincula las interacciones de los usuarios entre ellos, lo cual termina formando lazos de comunicación entre los usuarios que pueden ser fugaces o prolongados. Al anterior le sigue el proceso de circulación y el proceso de convergencia en tendencias dominantes. El proceso de circulación, en el caso de los comentarios, se desarrolla con la necesidad de compartir los contenidos con otros usuarios; siendo un grupo privado, la forma más sencilla es etiquetar en los comentarios a algunos usuarios para que puedan encontrar el contenido. Respecto al proceso de convergencia, es usual

que los usuarios generen información u otros contenidos partiendo de la asociación de significantes, con la finalidad de continuar con el proceso planteado por la publicación en primer lugar.

Respecto a los procesos de exclusión y divergencia, si bien no son predominantes, tienen una tendencia considerable; es usual encontrar un porcentaje mínimo en la mayoría de las publicaciones. Hay usuarios que buscan discrepar o rechazar contenidos, no en su mayoría con la finalidad de enriquecer la información, sino simplemente con la intención de molestar. En algunas ocasiones quien empieza la dinámica de hacer esta clase de interacción logra que otros usuarios se unan y la mayoría difiera o excluya.



Por último, es necesario hacer una comparación entre las tendencias de los procesos, por un lado, los obtenidos en totalidad por los agentes autónomos (azul) y las tendencias de procesos de los demás agentes (gris). Teniendo en cuenta que una publicación tiene un proceso definido cuando es publicada por el agente autónomo, se podría esperar que los

procesos consecutivos generados por los demás agentes interactuantes coincidan con ello, sin embargo en pocas ocasiones sucede de esta manera.

Como se puede observar en la gráfica, los procesos de interacción no coinciden, exceptuando un par de tendencias: el proceso de consumo y el proceso de producción. En el caso de consumo, es usual que los contenidos, al tener dicha finalidad, los agentes actúen de igual manera compartiendo con otros para que puedan consumirlo; en el caso del proceso de producción, se puede observar que las dinámicas generan más dinámicas, y en el caso de compartir las creaciones de los agentes, por lo general atraen una cadena de interacciones donde los demás usuarios compartan las propias en la misma publicación.

Finalmente, a grandes rasgos, es observable que los procesos de los agentes autónomos está delimitado principalmente por tres procesos de interacción: circulación, significación y consumo, mientras que los posibles procesos de los demás agentes puede darse en cualquier dirección, hacia los diversos tipos de procesos, donde la única tendencia marcada es el proceso de significación, los demás procesos aparecen como una suerte de interacción que depende de la creatividad del usuario, los mecanismos con los que se cuente y la interacción en conjunto de los demás.

5.2 Sobre los modelos dinámicos complejos

Es pertinente recordar que un modelo es una representación intencional y simplificada de un sistema real (Lara, 2019). La presente investigación ha recorrido la búsqueda por explicar a las hipermediaciones como sistemas complejos adaptativos, para lo cual, es necesario explicar su comportamiento, por lo tanto la generación de un modelo es idóneo para conseguir dicho fin.

Como se mostró en capítulos anteriores, el modelo pertinente para la comprensión de los procesos comunicativos de los fans es la concepción de éstos como agentes, basándose así en el ABM, los Modelos Basados en Agentes, donde se muestra que los agentes tienen una conducta adaptativa, ya que ajustan su conducta a su estado actual de otros agentes y al de su entorno, por lo que son modelos de niveles múltiples.

A continuación, se presenta el ciclo de modelado propuesto en el Seminario Teorías, Métodos y Modelos de la Complejidad Social, del Centro de Estudios en Ciencias de la Complejidad (C3) – UNAM, dirigido por el Dr. Lara Rosano.

1. Formulación de pregunta de investigación. Filtro principal para el diseño de un modelo.

Es importante tener en cuenta que la pregunta de investigación se refiere a la generación del modelo, no a la pregunta de investigación general de esta investigación. Con base a la recopilación de datos del capítulo metodológico, la pregunta de investigación idónea para el modelo es la siguiente:

¿Cuál es el comportamiento de las hipermediaciones generadas por los procesos comunicativos de las comunidades virtuales de fans (del Universo Star Wars) en la red social digital Facebook?

2. Planeamiento de hipótesis para los procesos y estructuras esenciales.

En este proceso se recomienda hacer simplificaciones para encontrar el modelo más simple posible, para desarrollar una comprensión gradual por evolución del modelo a través de varios ciclos de interacción.

Por lo tanto, se plantea tentativamente que el comportamiento de estas hipermediaciones es complejo y se lleva a cabo por medio de dos niveles esenciales; el primero de ellos

parte de las relaciones y procesos de los agentes autónomos, y el segundo nivel parte de la sociabilidad y la interacción que se generan por medio de las anteriores. Cabe señalar que ambos niveles están sujetos a su contexto temporal y tecnológico.

3. Elección de escalas, entidades, variables de estado, procesos y parámetros.

En esta etapa se debe formular por el modelo escrito.

El modelo propuesto por esta investigación se explicará de lo particular a lo general. La interacción inicial comienza con la entrada de una publicación por parte de un agente autónomo. Dicha publicación está cargada de una intencionalidad reflejada en el tipo de proceso que busque generar (significación, producción, circulación, consumo, convergencia, divergencia, inclusión, exclusión o coevolución). Hasta ese momento se observa una temporalidad fija, en donde la publicación queda marcada con la fecha exacta; a partir de ahí las interacciones no marcan una temporalidad lineal.

Las interacciones por parte de los demás agentes están supeditadas a varios factores, la creatividad de la publicación, la afluencia de los usuarios, la capacidad de reproducirse, etcétera. Ello genera en los demás agentes partícipes (que prácticamente puede ser cualquiera que pertenezca al grupo) la posibilidad de interactuar a través de sus respectivos procesos y agregando la variable de sociabilidad, que es visible en el tipo de relación que generen en cuanto a la publicación y la comunicación con los demás (unidireccional, bidireccional, multidireccional, inclusión, exclusión, dominación, igualdad, cooperación o competencia).

Toda esa liga de interacciones puede ser prolongada o fugaz, puede darse de manera inmediata o permanecer inactiva en largos periodos de tiempo y posteriormente regresar. Además, todas las salidas que describen procesos y sociabilidad pueden ser de múltiples respuestas; si bien se generan tendencias, las posibilidades son variadas.

Sumado a lo anterior, las interacciones pueden ser mínimas, las cuales se ubican con las reacciones de las publicaciones, éstas califican la publicación y son independientes de los comentarios.

Hasta este punto se pueden observar dos momentos que desencadenan la interacción a) la actividad autónoma del agente inicial, b) la interacción de los demás agentes resultante de la primera.

Respecto al contexto de estas hipermediaciones descritas, corresponden dos de igual manera, a) el contexto tecnológico descrito por parte de la aplicación Facebook, la cual brinda las herramientas para hacer posible las interacciones y sus diversos tipos, y b) el contexto de sociabilidad, el cuál está determinado en un primer momento por las reglas de convivencia del grupo, pero a una escala mayor en la propia interactividad de los mismos agentes a través del desarrollo de sus comportamientos (aspecto claro cuando se piensa en tendencias). Si bien estos dos entornos son identificables, al mismo tiempo tienen un grado de interacción y dependencia también, el contexto tecnológico responde a las necesidades de las interacciones de los agentes, y el contexto de sociabilidad se encuentra vinculado a las posibilidades tecnológicas.

Finalmente, mientras este proceso está sucediendo, otros existen al mismo tiempo, no sólo en publicaciones posteadas a la par, sino en publicaciones que fueron publicadas en otro espacio temporal que siguen activas en las interacciones, por lo que el proceso a lo macro se multiplica, es constante y no tiene un final determinado, más que la muerte de la interacción inicial, la cual es indefinida.

4. Implementación de modelo.

Se utilizan las plataformas de software para traducir el modelo de una descripción verbal a un objeto “vivo”, en el sentido de que el modelo implementado tiene su propia dinámica independiente impulsada por la lógica interna del modelo.

En el siguiente punto (5.2.1) se especificará el Software elegido para realizar dicha tarea.

5. Análisis, evaluación y revisión del modelo.

Se analiza que el comportamiento de los agentes puede explicar y predecir las características importantes de los sistemas reales. En el caso particular de esta investigación, estamos construyendo específicamente los Modelos Basados en Agentes (ABM), esto implica que los agentes normalmente son diferentes entre sí en características, y debe prestarse especial atención a su conducta adaptativa respecto a otros agentes y su entorno.

6. Comunicación del modelo y resultados.

La etapa final del ciclo de modelado se ve reflejada cuando se tiene la suficiente confianza que da respuesta a la pregunta original o problema, pero no concluye hasta que el modelo y resultados se comparten a la comunidad científica. En esta investigación dicho punto ocurre en tres momentos.

El primero de ellos fue la presentación de los resultados obtenidos en el *Ier Congreso Internacional de Innovación en Comunicación y Medios Audiovisuales*, organizado por la Universidad de Salamanca y la Universidad de Alicante, llevado a cabo los días 20, 21 y 23 de octubre de 2020. Se expuso en la mesa de debate titulada “Nuevas propuestas de investigación en entretenimiento y comunicación audiovisual en el contexto digital” el día 23 de octubre de 2020.

Dicho congreso es de carácter internacional por lo que el proceso de evaluación de la propuesta y la presentación sustenta la validez reconocida del modelo propuesto. Se reconocieron los resultados como una forma innovadora de hacer análisis de contenido digital.

El segundo momento corresponde a la realización de un artículo científico, su proceso de evaluación y corrección para la publicación de los resultados derivados del proyecto, en el volumen 15 de la *Colección Mundo Digital de la Revista Mediterránea de comunicación*, la cual cuenta con una indexación que permitirá divulgar los resultados de manera considerable hacia la comunidad científica.

Finalmente, la evaluación, corrección, aprobación y publicación de la presente tesis será el último momento de comunicación del modelo y los resultados obtenidos.

5.2.1 Stella

A continuación se presentan las definiciones concretas de este software:

“Stella es un programa de simulación por computadora que proporciona un marco de referencia y una interfase gráfica de usuario para la observación e interacción cuantitativa de las variables de un sistema” (Cervantes, Chiappa, Días, 2009: 1).

“Stella es un software para el modelamiento dinámico de sistemas complejos, en el cual se construye su estructura, se formulan las ecuaciones de función de las variables y se muestra el comportamiento de influencias de las variables mediante gráficas continuas de tiempo” (Wagner, 2017).

“Stella introduce una interfaz gráfica integral usando íconos para desarrollar el diagrama stock-and-flow y trayendo eso íconos a una ecuación subyacente” (Fisher, 2011).

En concreto, Stella existe con la finalidad de permitir recrear la dinamicidad de los sistemas a través de un software de modelación. Este software puede utilizarse en diversas áreas, que van desde las ciencias naturales, matemáticas, ingenierías hasta las ciencias sociales. Su mecánica se basa en cuatro elementos básicos:

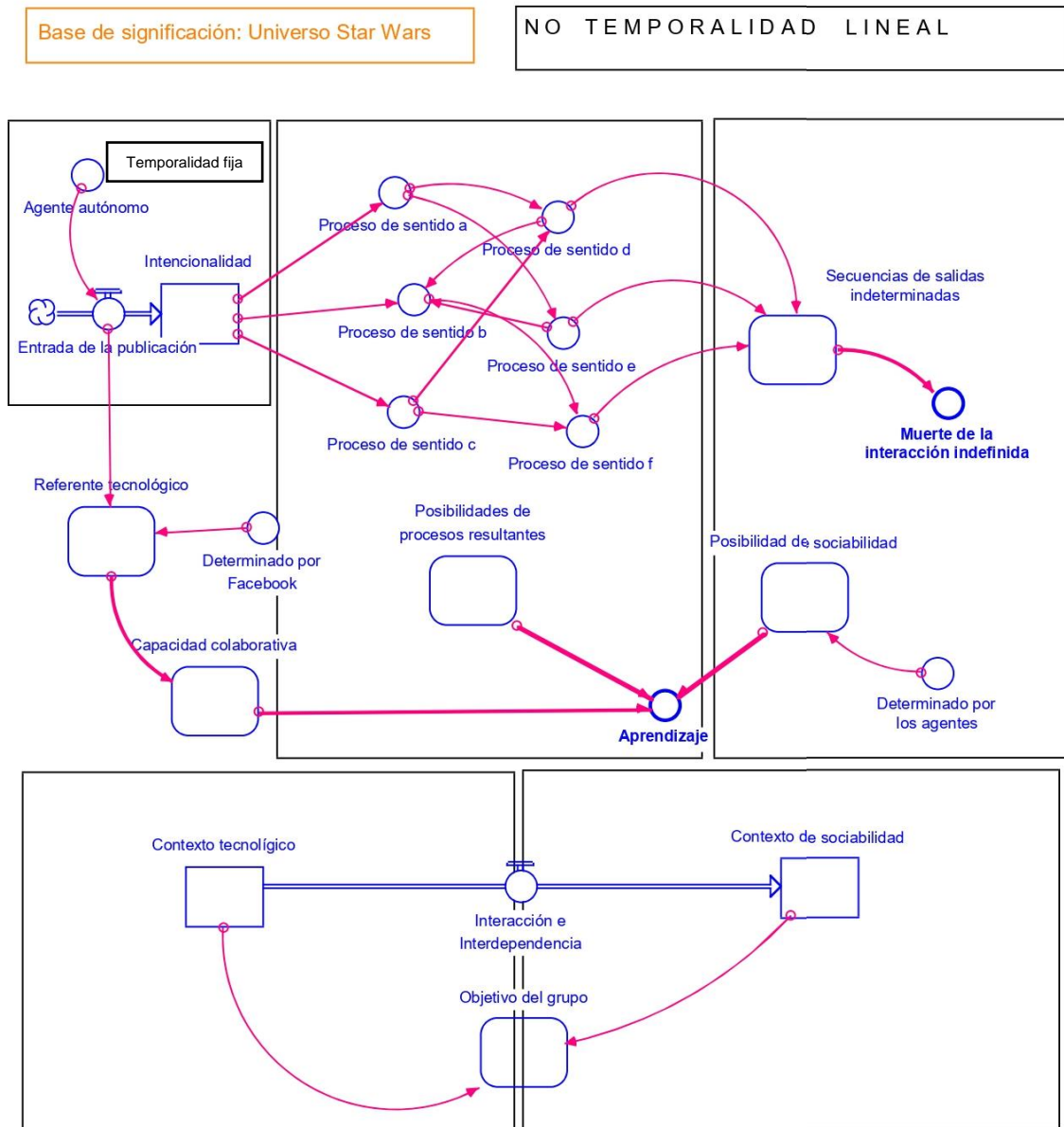
1. Stock: Representa cualquier cosa que acumula o consume recursos.
2. Flujo: Tasa de cambio de un stock.
- 3: Conector: Toma datos de entrada y los manipula para convertirla en alguna señal de salida.
- 4: Convertidor: Flecha que permite que la información entre.

Lo más importante de este software, como se menciona en las definiciones, es la posibilidad de delimitar el dinamismo de un sistema en cierto lapso de tiempo, y a su vez, hacer gráfico el movimiento dinámico que se da entre las relaciones de los elementos.

Con todas sus características, Stella es el software pertinente para representar el modelo deseado teniendo en cuenta que cumple con las características que un Modelo Basado en Agentes debe cumplir, como lo es el poder representar las acciones e interacciones que manifiestan los usuarios estudiados.

5.3 Modelo hipermedial complejo de los procesos comunicativos de los fans del universo Star Wars

Con base a la definición ya descrita, se presenta en un primer momento el modelo a escala 1 (una sola publicación):



En la parte superior se menciona toda la base de significación de la interacción, que por supuesto gira en torno al Universo Star Wars. A su vez se destaca que la temporalidad representada no es lineal, connotación imprescindible para entender el movimiento de la

interacción (exceptuando el momento exacto de la colocación de la publicación, primer cuadro de referencia, por lo que explica la temporalidad fija).

A continuación se utiliza la representación de flujo para ejemplificar la entrada de la publicación con una intencionalidad particularidad determinada por la autonomía del agente. Lo consiguiente escapa de la relación directa del agente autónomo hacia los diversos procesos de sentido que existan en los demás agentes partícipes. La secuencia de salida de estas interacciones y procesos culminan en la muerte de la interacción denominada indefinida, pues puede revivir en cualquier momento a manos de algún agente a través del tiempo.

Cruzando en la relación anterior se encuentran las posibilidades tecnológicas, dadas en este caso por Facebook, que a su vez propicia la capacidad colaborativa de la comunidad (es dependiente pues no se puede accionar fuera de las herramientas concretas de Facebook). A partir de ahí se explica que las posibilidades de procesos y sociabilidad se direccionan hacia la capacidad última de los sistemas adaptativos complejos, el aprendizaje.

Debajo de todo el proceso de interacción se representan los dos grandes entornos o contextos, los cuales se encuentran cruzando en todo momento la interacción. El primero el contexto tecnológico y el segundo el contexto de sociabilidad, si bien ambos tienen una relación de interacción e interdependencia con base al objetivo del grupo, el flujo muestra que el contexto tecnológico es quien dota la posibilidad de que exista el segundo. En otras palabras, Facebook es quien otorga las posibilidades y reglas específicas para que la sociabilidad se lleve a cabo.

A continuación se representa la escala del modelo a 6, (6 publicaciones), si bien la secuencia de los flujos de interacción es la misma, a esta escala se puede representar

visualmente la posibilidad de que las publicaciones se encuentren desarrollándose al mismo tiempo, en diversos momentos temporales, compartiendo agentes y diferenciando a los agentes autónomos.

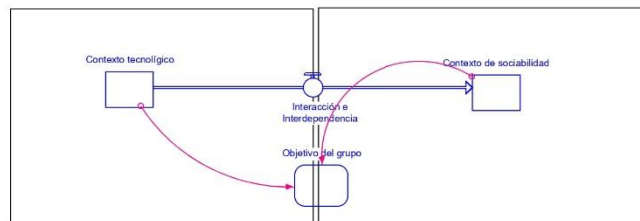
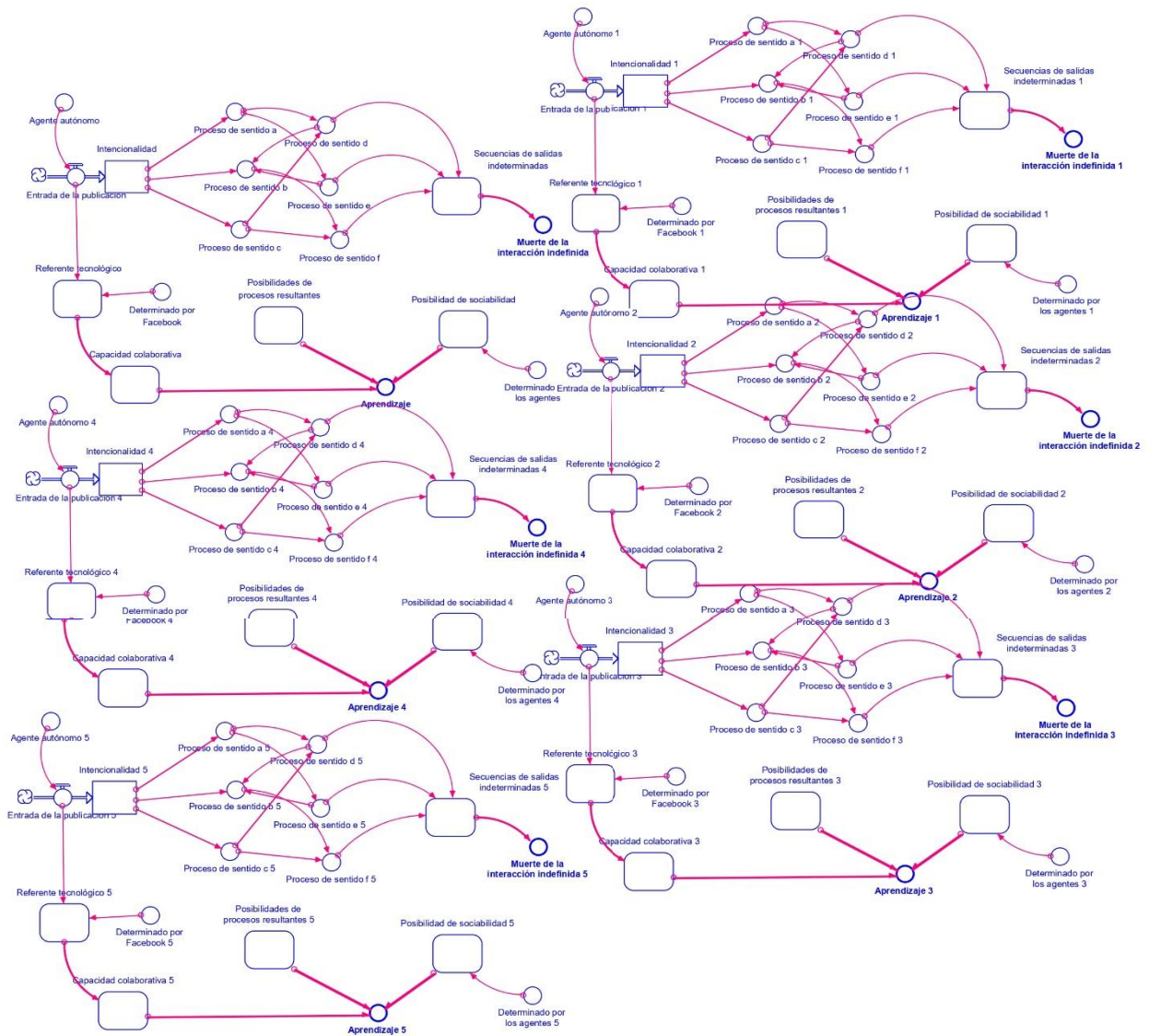
En un lapso de una hora, los grupos de Facebook estudiados pueden representar esta clase de escalas, donde seis publicaciones se encuentran recibiendo interacciones, publicaciones, comentarios de los miembros.

El proceso de aprendizaje se encuentra en cada una de las publicaciones en lo particular, pero al mismo tiempo se da en lo general para que los miembros del grupo entiendan las dinámicas que formarán las futuras interacciones.

Como se puede observar la base de significación, la temporalidad y los dos tipos de contextos son exactamente los mismos, ya que el cambio de escala no determina un cambio en el entorno del sistema global.

La escala se puede extender al infinito, en el caso de esta investigación se podría plantear una escala a 72, por las 72 publicaciones recabadas en la muestra, sin embargo a ese nivel sería imposible visualizarlo en este formato.

Esta representación planteada permite visualizar gráficamente los sucesos de las interacciones en general, pero cada uno de los procesos tiene sus particularidades, como se observó en las muestras.



Conclusiones

El presente análisis partió de la pregunta de investigación: ¿Por qué las hipermediaciones del desarrollo transmedia del Universo Star Wars pueden ser concebidas como un Sistema Complejo al analizar los procesos comunicativos de los fans y su impacto? Teniendo como hipótesis que: las hipermediaciones del desarrollo transmedia del Universo Star Wars pueden ser concebidas como un Sistema Complejo debido a que a medida que incrementan las manifestaciones comunicacionales del fandom, el Universo hipermedial transmedia aumenta su complejidad.

Una vez concluida la investigación se puede afirmar que la hipótesis era acertada, sin embargo, no cubre el aspecto real que abarca el fenómeno estudiado. Las hipermediaciones pueden ser concebidas como Sistemas Complejos porque precisamente se comprueba a nivel teórico y metodológico que son en concreto, Sistemas Complejos Adaptativos, y no sólo los referentes a la hipermediaciones transmediales derivadas de los fans, sino todas las hipermediaciones en general.

Ahora bien, no se trata de una característica única que las dota de complejidad, como se considera en la hipótesis (en una percepción cualitativa de las manifestaciones observadas) sino más bien, su condición de fenómeno multifactorial es a varios niveles. Concretamente considerando las manifestaciones comunicacionales delimitadas en esta investigación, se observó desde un primer momento que en las hipermediaciones generadas por los fans, confluían la esfera económica, esfera de la tecnología, y la esfera social (entre otras, pero predominantemente esas tres). La complejidad por lo tanto radica en la plasticidad del sistema para permitir la convergencia de elementos de origen diverso, y no el número de conexiones.

El modelo planteado lo demuestra al observar las escalas. La escala 1 planteada es un sistema complejo por sus elementos expuestos, mientras que la escala 6 lo es por los

mismos motivos. No se podría suponer que la escala 6 es más compleja que la escala 1, debido a que su lógica de relación entre elementos sigue siendo la misma.

En síntesis, la complejidad en este caso debe ser entendida desde el aspecto funcional más que en el estructural-cuantitativo, pese a que ello también intervenga. Por ello la respuesta a la pregunta de investigación planteada se compone de la siguiente manera:

Las hipermediaciones del desarrollo transmedia del Universo Star Wars efectivamente pueden ser concebidas como un Sistema Complejo Adaptativos, ya que el análisis de los procesos comunicativos de los fans demuestra que se trata de un fenómeno multifactorial en el que intervienen las interrelaciones de diversas esferas de la realidad que confluyen para hacerlas posibles. Se comprende por lo tanto que no deben ser estudiadas aisladamente sino por medio de su propia complejidad para lograr entenderlas lo más cercanamente posible a su naturaleza.

En concreto, en la modelación creada en esta investigación se logra aplicar la premisa de concebir las hipermediaciones como Sistemas Complejos Adaptativos, con ello se comprende su dinámica de desarrollo no lineal, que bajo un análisis estructural no habría mostrado cabalmente las relaciones entre los agentes tecnológicos y los agentes humanos que intervienen en la práctica, como los son los procesos comunicativos de los fans de esta industria en el contexto digital.

A su vez se comprueba la necesidad de una mirada inter y trans disciplinar en los estudios de la comunicación digital, redireccionándola a sus orígenes cibernéticos; si bien los estudios de comunicación se han diversificado, cada vez es más notoria la desvinculación de los análisis sociales con aspectos técnicos de la información, se hace evidente que las investigaciones digitales deben involucrar el agente tecnológico así como las nuevas formas de transmisión de información, en específico sobre las bases de

datos y los algoritmos, los cuales son los agentes intermediarios de los nuevos procesos comunicativos digitales de la web 3.0 Y 4.0.

A su vez el modelo presentado logra ejemplificar gráficamente un aspecto difícil de concebirse fuera del lenguaje mecánico de los algoritmos de Facebook, dotándolo de sentidos comunicativos, sociales y de sentido. Este avance es un acercamiento desde el estudio social para comprender la complejidad de los nuevos procesos comunicativos de la era digital.

Dichos procesos demuestran, por un lado, la capacidad de las hipermediaciones de generar un entorno común entre agentes pese a su localización geográfica. Los dos grupos estudiados a lo largo de un año de interacción, son comunidades que contienen agentes humanos de todas partes del mundo, los procesos de significación que tienen en común, en el caso del Universo Star Wars les permite compartir lenguajes, comportamientos e interacciones en común.

Por otro lado el modelo de negocios de redes sociales digitales, en específico en Facebook, conlleva una relación estrecha entre las comunidades de fans y las industrias. Históricamente, el momento actual representa la relación más directa entre las demandas de los fans y las modificaciones de las industrias en sus narrativas. Gracias a la recopilación y análisis de bases de datos, las industrias pueden analizar a profundidad la opinión pública de sus consumidores con base a sus procesos comunicativos que ellos mismos se encargan de difundir.

Respecto a la configuración de la cultura participativa en general, entendida a través de las hipermediaciones como Sistemas Complejos, comprenden sus cambios a través de una relación interdependiente entre tecnologías, cultura y economía que no se debería separar para su estudio. Sobre su análisis concreto en esta investigación se observan los siguientes puntos de interés:

- En términos de Inteligencia Colectiva se mencionó que los miembros individuales adquieren más capacidades en grupo por las limitaciones de la memoria, y se genera un conocimiento disponible para todos. En el caso de lugares como Facebook, la memoria digital y los datos incrementan esas posibilidades aún más, además se debe tener en cuenta que uno de los elementos más importantes ubicados en el proceso de modelización fue el aprendizaje.
- Respecto a las comunidades, desde el capítulo 1 se mencionó que la condición para las comunidades no es el espacio real, sino el construido simbólicamente por las interacciones de los usuarios de diversos temas dando pie a la creación de identidades. En el caso de SW el universo completo otorga la base de significación (por ello es indispensable en el modelo).
- La inmersión es una de las finalidades principales de las narrativas transmedia, por ello las comunidades de fans y toda la interacción en grupos de este tipo la incrementan, esto queda claro al observar que las personas comparten eventos de su vida personal en esta clase de espacios, al final es un *engagement* más de la marca, por lo tanto la intencionalidad que el producto lo vuelva parte de sí, lo incrementa la posibilidad de interacción en grupos de fans.
- Los análisis de la industria sobre los procesos comunicativos de los fans estrechan la relación entre ambos (apoyados por *data analytics*), los estudios sobre Big Data y minería de datos ha sido polémica en varias áreas de aplicación, sin embargo, en el caso de las industrias creativas, ha generado un acercamiento con las pretensiones de los fans más claras y en tiempo real.

En la propuesta del estudio de las interfaces, Scolari había señalado las características de la investigación de las hipermediaciones, puntualizándolas. Esta investigación se rescatan las siguientes observaciones:

1. La influencia de lenguajes y aparición de nuevos sistemas semióticos. En el caso estudiado es muy visible. El lenguaje de interacción entre los fans está supeditado por las características del entorno tecnológico, en este caso es cómo las actualizaciones de Facebook van dotando de nuevos sistemas, y cómo los usuarios las adaptan y se apropian de ellas para generar sus procesos comunicativos propios. Generan a partir de ellos y evolucionan con ellos.

2. La mirada desde lo participativo. Se observan la convergencia de medios y la aparición de nuevas lógicas colaborativas. En efecto. La investigación mostró cómo es que pese a que la recolección de datos se centró en Facebook, la convergencia de medios actual permite observar que hablar de esta red social digital es también hablar de Twitter, YouTube, TikTok o cualquier otra plataforma mediática que permita la circulación de información, lo cual demuestra que los medios no están separados, inclusive que son uno solo en un *complexo* resultante de la interacción digital. Y sobre las lógicas colaborativas, de igual manera, es imposible visualizar a un usuario completamente aislado, considerando que la red social digital es eso, una red que conecta y que al final hasta fuerzan a convivir en colectivo.

3. Espacio político virtual, sobre la construcción desviada de lo global-posmoderno. Este aspecto es claro en la investigación sobre la muestra. Pese a que se analizaron por separado, las lógicas de dos grupos de un idioma diferente, y por lo tanto, se podría pensar de culturas diferentes, al final la industria que da pie a todo es el universo de Star Wars, el mismo que está homologando la información. Al final no importa el idioma que se posee, los referentes que en este caso son los personajes, la trama, la historia etc., todo

ello se comparte y a partir de ahí se genera un conocimiento único sobre la saga. Al final está uniendo información pese a las particularidades de los usuarios/agentes. Es por ello que se habla de globalidad.

Ahora bien, cabe tener en consideración una de las características más importantes al realizar investigación con sistemas complejos: el reconocimiento de la construcción subjetiva del investigador. En esta investigación se ve reflejada no sólo como una situación, sino como algo más tangible. Los datos obtenidos en esta investigación están determinados por el acceso y análisis previo de los datos obtenidos de la cuenta personal utilizada para realizar la etnografía virtual. La información y las publicaciones principales están determinadas por búsquedas previas y temas de interés personales, por ello la subjetividad está reflejada tanto en el investigador como en las herramientas digitales que utilice, en este aspecto se puede reconocer la importancia de que la investigación sobre fans sea elaborada por un integrante de la misma comunidad, para obtener acceso genuino basado en interés.

Con base a lo anterior, cabe la pena reflexionar sobre las ventajas que otorgan las bases de datos y la Big Data a los investigadores, por lo tanto es importante reconocer las aplicaciones positivas sobre la minería de datos y no sólo enfocarse en la problemática de venta de información como estrategia de mercado. Se pueden obtener resultados positivos desde el área de investigación sobre nuevas tecnologías y acceso a las Industrias Culturales.

A razón cabe mencionar la importancia de la ética de investigación en este campo de estudio. El acceso abierto que otorga la investigación digital sobre información y datos a terceros es benéfica para el estudio, sin embargo los usuarios desconocen lo público de su información. Esta investigación es muestra de ello. A lo largo de un año se recolectó información, datos y productos creados por usuarios de Facebook, que fueron desde sus

creaciones particulares e información personal (como el caso de los usuarios que publicaban fotografías de los miembros de su familia).

Utilizar dichos datos para la investigación se debe realizar de forma responsable, siempre cuidando la integridad de los usuarios, sin embargo, se hace presente el bajo conocimiento que tienen los usuarios sobre los riesgos de publicación de sus vidas personales. Esta investigación demuestra lo fácil que resulta tener acceso a información personal de cada uno de los integrantes del grupo estudiado, su localización, y datos personales. A razón es necesario exponer la necesidad de educación digital sobre el tema de datos personales y ciberseguridad. Se demuestra que al menos en los grupos estudiados hay miembros de todo el mundo y ningún miembro en específico pone énfasis en el cuidado de su información.

Finalizando, se reconoce varios aspectos a reflexionar en esta investigación; uno de los más importantes es mencionar la necesidad de actualizar y generar nuevos modelos metodológicos que se adecuen a las necesidades digitales de la comunicación actual. Esta investigación que partió del interés por incorporar los estudios actuales de la complejidad a fenómenos comunicativos, hizo visible la escasez de bibliografía al respecto, sin embargo, se muestra como un área de oportunidad concreta para seguir con estudios y aplicaciones diversas que comprendan la lógica y el papel trascendental de la tecnología y la cibernética en la comunicación digital/virtual.

Cabe mencionar el reconocimiento del Posgrado en el que la presente investigación tuvo cabida, donde el campo de conocimiento “Comunicación e Innovaciones Tecnológicas” permite ampliar el espectro de temas de investigación actuales y novedosos.

Se reconoce el momento trascendental de evolución que está teniendo la comunicación como campo y como proceso, gracias al desarrollo tecnológico; cabe mencionar que tras

el fenómeno de salud Covid-19 se aprecia la necesidad y aceleración de la comunicación digital, ya no solo como una vía de comunicación más, sino como una necesidad que involucra a todas las generaciones de personas en el mundo. Esta investigación dio cuenta de ello al haberse iniciado antes de la pandemia y llevarse a cabo durante. Permitió apreciar el aceleramiento y cohesión de las comunidades virtuales como una vía de escape hacia la realidad presente.

May the force be with you.

Referencias bibliográficas

- ¿Cómo analizar una interfaz? (2019, enero 26). Hipermediaciones.
<https://hipermediaciones.com/2019/01/26/como-analizar-una-interfaz/>
- Andréu, J (2002) “Las técnicas de Contenido: Una revisión actualizada. Serie Sociológica. Fundación Centro de Estudios Andaluces. Sevilla.
- Aranda, D., Roig, A., & Sánchez Navarro, J. (2013). Fanáticos: La cultura fan.
<http://www.digitaliapublishing.com/a/23513/>
- Blondeau, O. (2004). Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva. Traficantes de Sueños.
- Boni, M. (Ed.). (2017). World building: Transmedia, fans, industries. Amsterdam University Press.
- Campalans, C., Gosciola, V., & Porto, D. (Eds.). (2012). Narrativas transmedia: Entre teorías y prácticas (Primera edición). Universidad del Rosario.
- Cervantes, A., Chiappa, X., Días, N. (2009) Stella, software para modelación dinámica en Biología, UNAM-FES Zaragoza UMDI-Sisal, México.
- Cilliers, P. (1998). Complexity and postmodernism: Understanding complex systems. Routledge.
- Corona, J. (2019). “Transmedia New Literacies and collective participatory skills. Strategies for creative production and leisure management of Star Wars fans”.
Revista Latina de Comunicación Social, 74, pp. 434 to 456.
<http://www.revistalatinacs.org/074paper/1339/22en.html>

- Cruz, E. G. (2013). *Las Metáforas de Internet*. Editorial UOC.
<https://library.biblioboard.com/content/de248726-b401-4691-b20f-3a680d793070>
- DataReportal – Global Digital Insights. (s. f.). DataReportal – Global Digital Insights.
Recuperado 1 de mayo de 2020, de <https://datareportal.com>
- Definiendo las hipermediaciones. | Hipermediaciones. (s. f.). Recuperado 2 de septiembre de 2018, de <https://hipermediaciones.com/2008/11/02/definiendo-las-hipermediaciones/>
- Elovaara, M. (Ed.). (2013). *Star Wars*. Intellect Books.
- Etnografía Virtual 2: Etnografía Virtual en Redes Sociales: el caso de Facebook (Hei-Man, 2008). (2017, octubre 23). Fundación iS+D.
<https://isdfundacion.org/2017/10/23/etnografia-virtual-no-2-etnografia-virtual-en-redes-sociales-el-caso-de-facebook-hei-man-2008/>
- Fisher, D. M. (2011). *Modeling dynamic systems: Lessons for a first course* (3. ed). ISEE Systems.
- Gallardo, A. (2017a) “Apéndice. Introducción histórica al pensamiento complejo” en Lara, A. *Teorías, Métodos y modelos para la complejidad social*. Colofón. México. Pp. 103-157.
- Gallardo, A. (2017b) “El ciberespacio como un sistema adaptativo complejo de medios de comunicación” en Lara, A. *Aplicaciones de las ciencias de la complejidad al diagnóstico e intervención en problemas sociales*. Colofón. México. Pp. 279-300.
- García, R. (2006). *Sistemas Complejos. Conceptos, métodos y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinaria*. Gedisa Editorial.

- Guynes, S., & Hassler-Forest, D. (Eds.). (2017). Star wars and the history of transmedia storytelling. Amsterdam University Press.
- Guynes, S., & Hassler-Forest, D. (Eds.). (2017). Star wars and the history of transmedia storytelling. Amsterdam University Press.
- H, H. (2014, julio 2). The Hyperdiegesis. The World Below. <https://hyperdiegesis.wordpress.com/2014/07/01/the-hyperdiegesis/>
- Jenkins, H. (2015). Fans, blogueros y videojuegos: La cultura de la colaboración. Paidós.
- Jenkins, H., Ford, S., Green, J., Aparici, R., Scolari, C. A., & Gaillard Pla, X. (2015). Cultura transmedia: La creación de contenido y valor en una cultura en red. Gedisa.
- Kozinets, Robert V. (2001). "Utopian Enterprise: Articulating the Meanings of Star Trek's Culture of Consumption". Journal of Consumer Research, Vol. 28, No. 1
- Krippendorff, K. (1990) Metodología de análisis de contenido. Teoría y Práctica. Paidós.
- Lapiente, M. J. L. (2018). Hipertexto, el nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen [Tesis]. <http://www.hipertexto.info/documentos/hipermedia.htm>
- Lara, F. (2017a) Teorías, Métodos y modelos para la complejidad social. Colofón. México.
- Lara, F. (2017b) Aplicaciones de las ciencias de la complejidad al diagnóstico e intervención en problemas sociales. Colofón. México.
- Lara, F. (2019) Modelos de sistemas dinámicos complejos. Presentación en seminario. Centro de Ciencias de la Complejidad (C3) UNAM.

- López, G., & Ciuffoli, C. (2012). Facebook es el mensaje: Oralidad, escritura y después (1o edición). La Crujía Ediciones.
- López, R. (2011) La construcción del capital social en las redes sociales en internet: discutamos México en Facebook. Tesis doctoral. FCPyS-UNAM. México. 322p.
- Luengo, E. M. (2018). Las Vertientes de la Complejidad: Pensamiento Sistémico, Ciencias de la Complejidad, Pensamiento Complejo, Paradigma Ecológico y Enfoques Holistas. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente. <https://www.jstor.org/stable/10.2307/j.ctvj2x9g>
- Luzón-Fernández, V., Gómez-González, Á.-C., & Cervantes-Urbieta, R. (2017). Figuras profesionales emergentes de radio y televisión en la era de la hipermedialidad. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 8(1). <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.1.4>
- Martínez, L; Ceceñas, P.; Martínez, D. (2017) La etnografía virtual. UJED. Méxicio.
- Millán, V. (2019, mayo 4). La relación amor-odio entre los fans de Star Wars y George Lucas. Hipertextual. <https://hipertextual.com/2019/05/george-lucas-star-wars-odio>
- Morin, E., & Pakman, M. (2011). Introducción al pensamiento complejo. Gedisa.
- Moura, P. (2019). “Another phantom menace: The relation established by author, contents and audiences in The Prequels Strike Back”. *Observatorio*, 13(1), 123-136. <https://doi.org/10.15847/obsOBS1312019130>
- Narxiso.com—Hipermedia; Laberintos Digitales. (2005, diciembre 14). <https://web.archive.org/web/20051214000207/http://www.narxiso.com/hipermedia.html>

- Pett, E. (2016). "Stay disconnected: Eventising Star Wars for transmedia audiences" in Participations. Journal of audience & reception Vol. 13 May. Pp. 152-169.
- Philippe, A. (2010) The People vs George Lucas, 92 min. Exvibit A Pictures, Querk Films, Neca Films, USA. Disponible en línea. Visto el 29 de marzo de 2020. <https://vimeo.com/37247363>
- Pisani, F., & Piotet, D. (2009). La alquimia de las multitudes cómo la web está cambiando el mundo. Paidós.
- Proctor, W & Freeman, M (2016) 'The first step into a smaller world: the transmedia economy of 'Star Wars'!' In: Wolf, M.J.P, ed. Revisiting imaginary worlds: a subcreation studies anthology. Routledge, pp. 223-245.
- Robinson, J. (s. f.). George Lucas Explains Why He's Done Directing Star Wars Movies. Vanity Fair. Recuperado 29 de marzo de 2020, de <https://www.vanityfair.com/hollywood/2015/11/george-lucas-star-wars-jar-jar-binks>
- Rodríguez, J. A. (2018). "Virtualidad, juego y presencia mediática" en Memorias y caminos. Cuadernos de Literatura, 22(43). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cl22-43.vjpm>
- Ryan, M. (2016). "Transmedia narratology and transmedia storytelling". Transmedia Narratives, 18, 1-10.
- Scolari, C. (2019) ¿cómo analizar una interfaz? Documento de trabajo 1.0. Universitat Pompeu Fabra. Barcelona.

- Scolari, C. A., & Establés, M.-J. (2017). "El Ministerio Transmedia: Expansiones narrativas y culturas participativas". *Palabra Clave - Revista de Comunicación*, 20(4), 1008-1041. <https://doi.org/10.5294/pacla.2017.20.4.7>
- Scolari, C., & e-libro, C. (2013). *Hipermediaciones elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Editorial Gedisa.
- Scolari, Carlos A. (2008, septiembre 10). *Hipermediaciones: Historia de un título*. *Hipermediaciones*. <https://hipermediaciones.com/2008/09/10/hipermediaciones-historia-de-un-titulo/>
- Scolari, Carlos A. (2012, septiembre 13). *Conversaciones sobre las interfaces y las hipermediaciones*. *Hipermediaciones*. <https://hipermediaciones.com/2012/09/13/conversaciones-hipermediaciones-interfaces/>
- Scolari, Carlos Alberto. (2018). *Las leyes de la interfaz: Diseño, ecología, evolución, tecnología*.
- Star Wars: Episodio IV Una Nueva Esperanza. (s. f.). Star Wars Wiki. Recuperado 24 de marzo de 2020, de https://starwars.fandom.com/es/wiki/Star_Wars:_Episodio_IV_Una_Nueva_Esperanza
- Stars wars as a character-oriented franchise / Jason Scott—Fashion from a galaxy far, far away / Jonathan DeRosa—F. (s. f.).
- Tapscott, D., & Williams, A. D. (2006). *Wikinomics: How mass collaboration changes everything*. Portfolio.

- Tindall, N. T. J., & Hutchins, A. (Eds.). (2016). Public relations and participatory culture: Fandom, social media and community engagement. Routledge Taylor & Francis Group.
- Tombleson, B., & Wolf, K. (2017). Rethinking the circuit of culture: How participatory culture has transformed cross-cultural communication. *Public Relations Review*, 43(1), 14-25. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2016.10.017>
- Transmedia is dead. Long live transmedia! (2017, octubre 28). Hipermediaciones. <https://hipermediaciones.com/2017/10/28/transmedia-is-dead/>
- Trilogía original. (s. f.). Star Wars Wiki. Recuperado 24 de marzo de 2020, de https://starwars.fandom.com/es/wiki/Trilog%C3%ADa_original
- Van Dijck, J. (2016) La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales. Siglo Veintiuno Editores. Buenos Aires.
- Vázquez, G. (2019). Posibilidades teóricas para el estudio de la complejidad y los sistemas adaptativos. Labýrinthos editores.
- Votdya, R. (2019) A cultural study of disney's Star Wars: theorizing circuir of culture. PhD Thesis. Technological University. Singapore.
- Wagner, V. (2017) Stella Software para simular modelos dinámicos. Universidad Continental, Perú.