



Revista de Comunicación

ISSN: 1684-0933

ISSN: 2227-1465

Universidad de Piura. Facultad de Comunicación

Yucra-Quispe, Liz-Marjorie; Espinoza-Montoya,
Claudia; Núñez-Pacheco, Rosa; Aguaded, Ignacio
De consumidores a prosumidores: la narrativa transmedia
en dos juegos móviles para adolescentes y jóvenes
Revista de Comunicación, vol. 21, núm. 1, 2022, Marzo-Agosto, pp. 433-450
Universidad de Piura. Facultad de Comunicación

DOI: <https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A22>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=589470678023>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UPEM
redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

De consumidores a prosumidores: la narrativa transmedia en dos juegos móviles para adolescentes y jóvenes

From consumers to prosumers: the transmedia storytelling in two mobile games for adolescents and young people

Yucra-Quispe, L. M., Espinoza-Montoya, C., Núñez-Pacheco, R. y Aguaded, I.¹

Recibido: 4-09-2021 – Aceptado: 25-01-2022

<https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A22>

RESUMEN: En las últimas décadas, los juegos digitales se han convertido en parte esencial de la cultura de los adolescentes y jóvenes. Los consumidores de contenidos de estas plataformas se han incrementado notablemente, así como los estudios en torno a ellos. El objetivo de esta investigación consiste en analizar los contenidos generados por los usuarios en los juegos móviles *Episode: Choose Your Story* y *Choices: Stories You Play*, los cuales poseen una gran cantidad de usuarios jóvenes que difunden y expanden las historias a través de las redes sociales más importantes. Se realizaron dos estudios de casos sobre la estructura de las narrativas transmedia de estos juegos y se empleó una metodología cualitativa basada en el análisis narrativo y el análisis de contenido. Los resultados indican que, si bien ambos juegos expanden las historias en diversas plataformas, la presencia de un laboratorio de escritura por parte de *Episode* genera un comportamiento más delimitado en los usuarios en comparación con *Choices*, el cual brinda una mayor posibilidad de convertir a los consumidores en prosumidores. La enorme comunidad de fans en torno a estos juegos, corrobora la importancia de las narrativas expandidas en distintos medios.

Palabras claves: narrativa expandida; CGU; fandom; juego móvil; ficción interactiva; escritura creativa.

ABSTRACT: In the last decades, digital games have become an essential part of young people's culture. Consumers on these platforms have increased noticeably, just like the studies focused on them. The objective of this research is to analyze the user generated content in the mobile games 'Episode: Choose Your Story' and 'Choices: Stories You Play' which have a large number of young users who spread and expand the stories to the most important social media. There were conducted two case studies on the structure of the storytelling of these games and a qualitative methodology was used based on narrative analysis and content analysis. The results indicate that although both games expand the stories on various platforms, the presence of Episode's writing laboratory produces a more defined behavior in the users compared to Choices, which offers a greater possibility of transforming consumers into prosumers. The huge fan's community for these games corroborates the importance of the expanded narratives in different media.

Keywords: expanded narrative; UGC; fandom; mobile game; interactive fiction; creative writing.

¹ **Liz-Marjorie Yucra-Quispe** es Egresada de la Escuela Profesional de Literatura y Lingüística de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa (Perú). Es Investigadora junior de Literatura Comparada en la Facultad de Filosofía y Humanidades. lyucraqui@unsa.edu.pe, <https://orcid.org/0000-0002-4645-5583>

Claudia Espinoza-Montoya es Egresada de la Escuela Profesional de Literatura y Lingüística de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa (Perú). Es Investigadora junior de Literatura Comparada en la Facultad de Filosofía y Humanidades. cespinozam@unsa.edu.pe, <https://orcid.org/0000-0001-7178-7275>

Rosa Núñez-Pacheco es Doctora en Ciencias Sociales, Magíster en Análisis del Discurso y Docente Principal del Departamento de Literatura y Lingüística de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa (Perú). Es Investigadora RENACYT P0038316 de la Facultad de Filosofía y Humanidades con líneas de investigación relacionadas con Literatura Comparada y Game Studies. rnunezp@unsa.edu.pe, <http://orcid.org/0000-0002-4576-6224>

Ignacio Aguaded es Catedrático del Departamento de Educación de la Universidad de Huelva (España). Presidente del Grupo Comunicar y Editor Jefe de la revista científica «Comunicar». Director del Programa de Doctorado Interuniversitario en Comunicación (US, UMA, UCA y UHU). aguaded@uhu.es, <https://orcid.org/0000-0002-0229-1118>

1. Introducción

Según el reporte de SuperData (2020), la industria de los juegos y medios interactivos tuvo un crecimiento de 12% en 2020, donde los juegos digitales generaron \$126.6B de los cuales, \$73.8B corresponden a los juegos móviles. Dado el alto impacto que tienen los videojuegos en la sociedad (Michaud, 2018) existen numerosos estudios que han explorado los juegos en línea y las características del jugador (Yoon et al., 2013; Badrinarayanan et al., 2015; Camarero et al., 2021), los elementos del juego (Chang, 2013; Badrinarayanan et al., 2015), así como participación de los jugadores en comunidades (Badrinarayanan et al., 2014).

Entre las plataformas de juegos destacan los juegos móviles y aplicaciones diseñadas para jugar en *smartphones* y otros dispositivos (Shchiglik et al., 2016), cuya accesibilidad incentiva a los consumidores a convertirse en jugadores potenciales (Marchand y Hennig-Thurau, 2013). Esto sucede porque los juegos no se reducen a consolas u otros dispositivos, sino que existe una necesidad de expandir las historias a través de diferentes plataformas, dando lugar a lo que se conoce como narrativas transmedia. Este término fue propuesto por Jenkins (2013) para referirse a la nueva convergencia de medios y la expansión de los mismos debido a la participación activa de los usuarios en diversas plataformas. Según Scolari & Establés (2017), 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)” (p. 1017). En ese sentido, el rol de los fans es fundamental para la constitución de las narrativas transmedia. Las expansiones aportan contenido narrativo, pero mantienen su individualidad, ya que no son simples adaptaciones (García & Heredero, 2015), sino también expresiones creativas de los fans que ayudan incluso a incrementar las audiencias.

El ecosistema actual es una red compleja de medios convergentes en constante transformación de la manera de consumir, interactuar y producir contenidos. Consecuentemente, hay un flujo de narraciones, apropiaciones, (re)presentaciones e interacciones que se desarrollan en diversas plataformas (Polo, 2018). Otros autores explican por qué las narrativas transmedia están de moda y cómo se han usado nuevas plataformas para atraer un público juvenil (Miranda-Galbe et al., 2021; Javanshir et al., 2020). Entre estas plataformas, los videojuegos se han convertido en poderosos medios de expansiones narrativas que dialogan muy bien con otros soportes narrativos tradicionales como la literatura misma (Núñez-Pacheco et al., 2019).

En el mundo de los videojuegos, los juegos móviles son consumidos en alto porcentaje (Camarero et al., 2021; SuperData, 2020), y tal como señalan Hjorth y Richardson (2017), se encuentran situados en la vida cotidiana del individuo y poseen características de manejo y disponibilidad superiores a las consolas (pp. 4-6). Dentro de la categoría, destacan los juegos de rol, que Vélez (2012) define como aquellos donde los jugadores encarnan personajes, asumiendo responsabilidades e interactuando con una gran serie de elementos. Los usuarios de estos juegos generan productos transmediales, los cuales son definidos como toda la producción desplegada de la historia original para expandir la narración en diferentes plataformas (García y Heredero, 2015; Scolari, 2013). Muchos de estos productos transmediales son elaborados y expandidos por los fans, pero es necesario que el contenido de estas creaciones sean análogos a los productos iniciales y posibiliten la interacción social entre ellos (Arbaiza et al., 2021).

Para esta investigación² se eligieron dos juegos móviles, *Episode: Choose Your Story* (Pocket Gems, 2014)

² Financiamiento otorgado por la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa al Proyecto “Gamificación transmedia y videojuegos para promover la redacción científica en estudiantes de Ingeniería”, con Contrato N° IBA-IB-38-2020-UNSA.

y *Choices: Stories You Play* (Pixelberry Studios, 2016), los cuales tienen una alta aceptación y numerosas comunidades de jugadores a nivel mundial. Se pretende un acercamiento al fenómeno del usuario que deja de ser un consumidor y se convierte en prosumidor de historias lúdicas digitales, contribuyendo así a su expansión narrativa y transmediática. Se centra en el análisis de la producción transmedial realizada por los fans de *Episode* y *Choices*: fanfiction, fanart y fanvid. Por ello las interrogantes planteadas son las siguientes: ¿De qué manera generan contenidos transmediáticos los usuarios de estos dos juegos móviles? ¿Cuáles son las temáticas narrativas planteadas por los prosumidores de estos juegos móviles? Se considera que los usuarios evolucionan a prosumidores al generar contenido que expande transmedialmente los juegos móviles seleccionados, predominando las temáticas de romance y aventura en tales juegos.

2. Marco teórico

Para Ryan (2014), en los mundos transmediales, cuyo eje de convergencia es el elemento narrativo, concurren varios medios que representan diferentes aspectos de este y contribuyen a su construcción; así han evolucionado, atravesando lenguajes, plataformas y medios (Virino & Cañabate, 2017); sin embargo, debe existir una planificación a fin de poseer coherencia y continuidad narrativa (Rosenfeld, 2016). Otro elemento vital en las narrativas transmedia son las creaciones de los fans, las cuales enriquecen su mundo narrativo en diversos soportes mediáticos (Scolari & Establés, 2017). El aporte que hacen los consumidores/audiencia tiene que ser activo y creativo para así modificar el relato original de los creadores/productores que da inicio a la narrativa transmedia (Rodríguez-Fidalgo & Molperces-Arnáiz, 2014).

Cabe destacar que la revolución digital marcó un antes y un después, ya que puso borrosas las líneas entre productores y consumidores, creando una relación simbiótica entre fans y corporaciones (Pearson, 2010; Hellekson, 2018); además, las producciones hechas por los fans no tienen una finalidad lucrativa sino expresiva y forman parte de las actividades que los seguidores utilizan para interactuar (Barnes, 2015), como hilos de Twitter, comunidades en Facebook o blogs en Tumblr, entre otros. A toda esta comunidad se le denomina “fandom” (fan sumado a *kingdom*, reino en inglés: “el reino de los fans”), cuyas actividades no pasan desapercibidas para las investigaciones actuales, tal es el caso de Torrego González et al. (2021), Vazquez-Calvo et al (2019, 2020), Jenkins (2018) y Geraghty (2018).

El rol de los fans se ve expresado desde sus comunidades, los llamados *fandoms*. Al respecto, Booth (2010) explica que los llamados *fandoms* no solo se dedican a cambiar, buscar o escribir en diversas comunidades digitales, sino que también se interrelacionan y conviven en un espacio virtual que es creado por ellos mismos. Por lo tanto, no se puede limitar a los *fandoms* a simples grupos que consumen el contenido canónico, ya que ellos además interactúan entre ellos en redes sociales, debaten, desarrollan actividades e incluso escriben en blogs. Por ello no se debe minimizar su importancia.

Ahora bien, cuando el usuario deja de ser un espectador y adopta una postura activa, se le considera un “prosumidor”, el cual tiene la capacidad de difundir y compartir contenido, y cuya presencia puede llegar a alterar los espacios digitales al punto en el que brindan una nueva identidad a varias propuestas de la industria creativa cultural (Lastra, 2016; Jordán et al., 2017; Tenemaya, 2018). El término “prosumidor”, *prosumer* en inglés, fue planteado por Toffler (1980). Tiene su origen en teorías relacionadas a la economía, ya que el consumidor pasivo poco a poco adopta funciones de productor. Si bien la figura del prosumidor no es reciente, en los tiempos actuales digitalizados es cuando su papel ha cobrado más importancia debido a la participación masiva de los usuarios para producir contenido de manera colaborativa, convirtiéndolos en individuos capaces de ser usuarios, audiencia, productores y consumidores a la vez (González, 2021; Ritzer & Jurgenson, 2010).

El término prosumidor, que sintetiza las palabras “productor” y “consumidor”, hace referencia a un nuevo público que participa activamente, opina, produce y genera todo tipo de contenido al que se denomina “contenido generado por el usuario” (CGU). Como indica Fernández-Castrillo (2014), dicho contenido, que puede ser de muchos formatos, es distribuido a través de redes sociales y plataformas online, y tiene como característica principal el componente creativo que conlleva, y su naturaleza transmedia y colaborativa (p. 60). Al respecto, Miranda-Galbe & Figuero-Espadas (2016) afirman que los prosumidores son una comunidad que se buscan entre sí, realizan reuniones y formulan preguntas mediante las cuales profundizan las historias de las cuales son fans. Además, crean nuevo contenido relacionado al tema y retroalimentan sus aportes con los comentarios de otros miembros; y es que la interacción social y digital entre los prosumidores es fundamental. Este fenómeno es captado por la industria y canalizado mediante plataformas oficiales para fans.

El tema de los CGU y prosumidores está en pleno apogeo, prueba de ello son las recientes investigaciones que los abordan desde diferentes perspectivas, tal es el caso de Santos (2021), quien examina la relación de los CGU y las redes sociales. Por su parte, Joelsson et al. (2018) dan una nueva lectura a los usuarios y destacan el valor de los prosumidores como agentes activos y de influencia en la realización de software. Asimismo, Scolari (2012), al examinar los CGU de la serie televisiva *Lost*, concluye que la expansión exponencial de esas narrativas transmedia obliga a recrear teorías y categorías de análisis ya existentes.

Dentro de los CGU se incluyen los fanfiction, abreviados como “fanfics”, que son ficciones creadas por fans basadas en una obra original preexistente (Milli y Bamman, 2016; Basu, 2020), y se han convertido en una práctica digital de importancia (Vázquez-Calvo et al., 2019). El inglés es el idioma dominante, representando casi el 80% del corpus de plataformas, como Wattpad, Fanfiction.net o Archive of Our Own (Pianzola et al., 2020). Si bien los relatos se basan en un trabajo canónico original, los autores de los “fanfics” modifican y reinterpretan este canon, cambiando los escenarios, explorando lo no contado, desarrollando finales alternativos, añadiendo personajes o modificando otros elementos (Barnes, 2015; Yin et al., 2017). Como un subgénero, se encuentran los “fanpoemas”, también llamados “poemfic” o “fanpoetry”, que pertenecen al género lírico (Sáez, 2021).

Otro tipo de producción hecha por fans son los denominados “fanarts”, un término nacido de la cultura contemporánea (Seymour, 2018), que da a los fans una forma de expresar su afición y creatividad. Este concepto que vendría a ser “arte creado por fans”, se usa para denominar las obras de arte de personajes, escenarios u otros basados en universos que no han sido creados por ellos mismos. Los fanartistas utilizan gran cantidad de estilos y técnicas, dibujos digitales, tradicionales o una mezcla de ambos, y pueden compartir su trabajo en línea a través de sitios web, como foros o comunidades de fans, siendo plataformas populares DeviantArt y Tumblr. Hay estudios sobre los fanarts como métodos de expresión (Brown, 2013; Thomas, 2013) y sobre cómo beneficia la práctica al artista (Manifold 2009; Włodarczyk y Tyminska, 2015). Esto demuestra cómo los fanarts son parte esencial de la sinergia desarrollada en el fandom entre la fuente original, el canon, y el CGU.

En cuanto a los “fanvids”, se denomina así a los videos creados por fans a partir de una o más fuentes (Seymour, 2018) y usan continuidad temática que suele corresponder a una canción que acompaña el video. El *fan-vidding* es una práctica que tiene al menos una historia de treinta años y es una forma importante de arte en su propio derecho (Coppa, 2011); además, el fanvid, descrito a menudo como “fanfiction visual”, es una práctica que reinterpreta y altera la narrativa canónica para hacerla calzar en sus intereses y proveer nuevas discusiones para las fan-audiencias y los creadores digitales (Freund, 2018).

Por último, Henry Jenkins (1992, 2006), alejándose del estereotipo de “brainless consumers” que dedicaban sus vidas a cultivar “conocimientos inútiles” a modo de evasión de la realidad, marca un

punto de inflexión al sugerir un perfil de fan que corresponde al de personas educadas. Es a raíz de este cambio de visión que surgen los “aca-fans”, personas con formación académica que se identifican como fan (Cristofari, C. y Guitton, MJ., 2017), y estudian el fenómeno desde sus campos de estudio o en sus distintos países de origen (Herrero-Diz, P, Lozano, J, Del Toro, A, & Sánchez-Martín, M., 2017). El aporte de los “aca-fans” son relevantes para la comprensión de las creaciones desarrolladas por los jóvenes.

3. Metodología

Esta investigación tiene un carácter exploratorio. La metodología utilizada es cualitativa, centrada en el estudio de casos cuya finalidad es identificar y describir los factores que influyen en el fenómeno estudiado (Martínez, 2006). Asimismo, se recurre al análisis de contenido, técnica que permite explicar y sistematizar los contenidos de distintos tipos de mensaje, ya sea textuales, auditivos o visuales (Andréu-Abela, 2000); y al análisis narrativo, que permite tomar las historias o relatos como hechos sociales sometidos a un análisis con el propósito de explorar ciertas características de contenido de manera sistemática (Sparkes y Devís, 2007).

Se optó por una muestra no probabilística por conveniencia en base a los CGU de los juegos móviles *Episode: Choose Your Story* (Pocket Gems, 2014) y *Choices: Stories You Play* (Pixelberry Studios, 2016). La selección se basó en los siguientes criterios: a) que las historias desarrollen o amplíen las bases narrativas nucleares; b) que utilicen los personajes canónicos; c) la cantidad de descargas o vistas a nivel mundial.

Episode es un juego de alta demanda por la población juvenil. Según el análisis de Sensor Tower, principal proveedor de información y percepción del mercado de economía global de las aplicaciones, solo en abril de 2021, *Episode* contó en Google Play con 1 millón de descargas y 600 mil dólares de ganancias, y en iTunes, 600 mil descargas y 4 millones de dólares de ganancia. La aplicación permite a los usuarios crear sus propias historias interactivas y cuenta con alrededor de doce millones de creadores registrados, según datos de la web del juego. Además, *Episode* cuenta con un foro oficial para sus fans (<https://forums.episodeinteractive.com>) que se subdivide en dos: *Writer Forum* y *Reader Forum*. Según estadísticas brindadas por el foro, hasta abril de 2021, tenía un total de 112 mil tópicos, 8.3 millones de posts y 176 mil usuarios. En este juego hay mucho énfasis en la creación de historias para ser subidas en su aplicación. Es así que se encuentra 17629 posts en “Directing Help and Tips”, y 6772 en “Share Feedback”, que es un subforo donde el creador puede pedir retroalimentación sobre su propia historia o poner su opinión respecto a una que ha leído. Además, está “Find a Writing Partner” con 4069 publicaciones donde se hacen equipos para ser co-autores; por último, hay “Art Resources” con 29357 publicaciones sobre recursos de diseño. También brindan un laboratorio de escritura, una biblioteca y numerosas opciones de personajes, fondos, efectos y animaciones, entre otros donde los usuarios crean sus historias.

En este juego, las historias se dividen en episodios. El usuario/lector puede elegir entre varias opciones de apariencia, el diálogo y la reacción a determinados eventos. Para Dawson (2016), *studio manager* de Pocket Gems, la idea de *Episode* era construir una experiencia interactiva de entretenimiento cuya base fuera una plataforma móvil intuitiva, la cual funcionara para escritores que no tuvieran experiencia alguna con animación o ingenierías móviles.

Episode especifica en su FAQ que todo el contenido producido por los usuarios y publicado en la aplicación, les pertenece a quienes las escribieron. Las historias destacadas son revisadas de manera exhaustiva y sus creadores deben firmar un contrato. En su reglamento, también indica que para compartir una historia en la aplicación, el autor debe ser mayor de trece años, y para convertirse en autor pagado, debe ser mayor de dieciocho años. Entre los requerimientos para publicar se encuen-

tra que la historia debe tener al menos tres episodios y 400 líneas de diálogo. Aparte, también incentivan el uso de gemas, que son las recompensas por los logros adquiridos. Algunos autores publican historias como acceso temprano, es decir, se deben emplear gemas para leer los nuevos capítulos una semana antes; otros agregan opciones de gemas en la historia o piden apoyo al final del capítulo.

Dentro de las historias creadas por los usuarios, hay una porción considerable que llegan a los millones de lecturas. Por mencionar algunas: Chain Reaction creada por Miss Mj con 88.6M de lecturas; My Episode Lover, por Anneliese Allen con 44.3M; Dirty Little Secrets, por Cindy Gaultier con 40.2M; Moving in, por Sandra Gustafsson con 25.2M; I Married a Millionaire, por earlgreytea con 21.3M; Deep Attraction, por LadyDianna con 19.4M; Wicked Sins, por Regina con 20.1M; Under you, por E R Gurney con 19.2M; Eat Me Up, de Heli con 16.3M; The Lovely one, por Naemi Tiana con 15.2 M y Dripping Mascara, por Genevieve Marshall con 5.4 M.

Dada la gran cantidad de contenido generado por los usuarios de estos juegos, se optó por los más representativos. Para el caso del juego móvil *Episode*, se ha realizado el análisis de CGU desde su plataforma interactiva. Se seleccionaron dos historias: “Dripping Mascara” por su extensión y complejidad de trama, y “Chain Reaction” por ser una de las más leídas. Ambas fueron creadas por los usuarios con las herramientas y tutoriales que propone la plataforma interactiva. Del CGU de “Dripping Mascara” se encontraron 4 fanfiction en Fanfiction.net, 2 en Wattpad y la cuenta *empress.will.sail* en Instagram con más de 30 poemas; asimismo, la autora Genevieve Marshall tiene una sección dedicada a fanpoemas en la página web de la historia: <https://www.drippingmascara.com/fanpoems>. Por otro lado, de “Chain Reaction”, se encontró 7 fanfictions en Wattpad.

En relación a *Choices*, este juego fue lanzado para iOS y Android en agosto de 2016 por Pixelberry Studios. Es un juego insignia entre los de su tipo, porque ha mantenido constantemente su posición en el top 30 en la tienda de aplicaciones de EE. UU. En abril de 2021, el juego presentó una ganancia de 4 millones de dólares a nivel mundial, y 300 mil descargas en Google Play y 200 mil en iTunes (Sensor Tower, 2021). Originalmente, se publicó con tres títulos que tenían todos sus capítulos disponibles a la vez. Desde entonces ha compartido numerosos títulos con entregas semanales, y en la actualidad, tiene más de 106 títulos disponibles.

En *Choices*, cada historia se divide en volúmenes conocidos como “libros”, cuya longitud a menudo varía, siendo lo más común que haya entre quince y diecisiete capítulos; hay historias que tienen secuelas o spin-off, conformando sagas. Los tópicos que abordan van desde el romance hasta el horror, incluyendo misterio y aventura. De estos libros existen algunos que han sido jugados más que otros como los son *Most Wanted*, *The Crown and the Flame*, *The Royal Romance*, *Rules of Engagement*, *Open Heart*, y *Endless Summer*. Las dos historias elegidas para el análisis representativo han sido *The Royal Romance* (TRR) y *Endless Summer* (ES). La selección se basa en la cantidad de veces que han sido jugadas y en su buena recepción, lo que ha llevado a los jugadores a producir material por su cuenta a partir de diversos elementos que aparecen en estas historias. En el caso de TRR, por su popularidad fue la primera historia en ser traducida al español, dando oportunidad a los fans hispanos a que puedan jugarla en su propio idioma. En cuanto a ES, fue uno de los pioneros en aproximarse a temas como el suspenso y la fantasía.

Para el caso de *Choices* se seleccionaron los fanfiction, fanvids y fanart de dos de las historias de este juego, *The Royal Romance* (TRR) y *Endless Summer* (ES) debido a la cantidad de CGU encontrado hasta abril de 2021. En cuanto a fanfiction, 1946 de TRR y 375 de ES en Archive of Our Own; 73 y 30, respectivamente, en Fanfiction.net; 606 y 105 en Choices Fanfic Archive; y 77 y 32 en Wattpad. En cuanto a fanvids, 18 de TRR y 43 de ES. Los títulos de los fanfiction más relevantes fueron seleccionados de los siguientes sitios web: Archive Of Our Own, ahí se aplicó el filtro de historias con mayor cantidad de “kudos” o felicitaciones (<https://bit.ly/31WRn3b> <https://bit.ly/31UMur5>);

Fanfiction.net (<https://www.fanfiction.net/game/Choices/?&srt=1&r=103&p=2>), ahí se tomó en cuenta que la cantidad de comentarios; y Choices Archive Fanfic, ahí también se enfocó en los comentarios (<https://choicesfanfic.com/>).

En relación a fanarts fue más complicado determinar un número concreto debido al sistema de búsqueda del lugar donde se hospedan la mayor cantidad de estos, Tumblr; sin embargo, tomándose en cuenta los blogs más grandes, se registraron 200 fanarts de TRR y 200 de ES creados entre 2017 y 2021. De este amplio corpus de CGU, se eligieron 60 fanfictions (30 de TDR y 30 de ES), 30 fanvids (10 de TRR y 20 de ES) y 80 fanarts (40 de TRR y 40 de ES).

Después de la compilación del material, se procedió a su análisis, buscando los patrones similares que atraviesan estos discursos narrativos. Para ello se adaptó el modelo propuesto por García y Heredero (2015) para analizar la estructura de las narrativas transmedia. Asimismo, se empleó el software webQDA para el análisis y sistematización de los resultados.

4. Resultados

4.1. Episode: Choose Your Story

Se procedió al análisis considerando las dos primeras etapas propuestas por García y Heredero (2015).

a) Identificación y análisis de la macrohistoria

Dripping Mascara escrita por Genevieve Marshall, sobresale debido a la extensión de la historia y complejidad de su trama. Su publicación empezó en noviembre de 2014 y finalizó dos años después con 132 episodios, convirtiéndose en una de las más extensas de la aplicación no solo en cantidad, sino en tiempo de juego: un jugador promedio tarda entre 30 y 50 minutos en completar cada episodio debido a la carga narrativa. Su temática abarca drama, comedia, horror y aventura, y tiene su propia web (<https://www.drippingmascara.com/>) donde se puede encontrar una Wikipedia propia, secciones de trivias, fanarts, fanpoemas y música.

El argumento gira en torno a Michelle “Shelley” Manzo, una huérfana que pierde a su familia trágicamente. Cuando crece, va en búsqueda de su antiguo mejor amigo y primer amor, Matthew Rusculti, un chico dulce que ha cambiado hasta volverse irreconocible. A medida que va desarrollando su relación con Matthew, también descubre su herencia mágica, ya que sus padres eran *djinn*. Explora el crecimiento de su protagonista, que al inicio tiene 17 años y al finalizar tiene 20, presentando flashbacks sobre su infancia, así como la compleja relación que cultiva con quienes le rodean. La historia enfoca también algunos personajes secundarios entre los más de cincuenta que hay, como el otro interés romántico, Mark “Yellow” Holes. Los elementos fantásticos gracias a la magia y los personajes sobrenaturales que hay, así como los de misterio con los personajes antagonistas que van apareciendo, como fantasmas y otros *djinn*, hacen que *Dripping Mascara* vaya más allá de un relato estático de romance. El buen recibimiento que obtuvo no ha decaído a pesar de los años, y ha conllevado que la autora anuncie que publicará un libro basado en esa historia.

Por otro lado, tenemos a *Chain Reaction* escrito por Miss Mj, que aparte de ser uno de los juegos más leídos en *Episode*, es solo el primer título en una serie desarrollada en el mismo universo narrativo. *Chain Reaction* cuenta con 54 episodios y fue publicada en 2016. La protagonista Callie, es forzada a unirse a una banda mafiosa llamada “Bronze Dragons” después de ser testigo de un asesinato. Aún con los cambios que esto supone en su vida, no puede evitar sentirse atraída hacia el jefe mafioso, Trey Bailey. Las secuelas, *Chain Reaction: King Theo*, con 50 episodios y *Chain Reaction: Lost*, con 34,

aparecen como historias destacadas dentro de la aplicación, evidenciando su efusivo recibimiento entre los usuarios. Miss Mj también ha publicado una serie a modo de secuela, *It's just an illusion*, donde los protagonistas son los hijos (Theo, Alexandra y Tori) y nietos (Zara, Jacob, Alessio, Emily y Troy) de Callie y Trey. Además, tiene dos spin-off, *Taste the Darkness* con 60 episodios y 6.3M de lecturas y *Tori The Terror* con 54 episodios y 2.8M de lecturas.

Si bien los personajes principales no pueden ser personalizados por el jugador, sí se da la opción de cambiar estilos de vestimenta y de cabello. Al inicio de la primera historia, Callie tiene 23, y al final, en la entrega de *Tori The Terror*, fallece con 67. Las series tienen desarrollo de los personajes y eventos, siguiendo la relación de los protagonistas, su separación y eventual reunión que conlleva un largo matrimonio, así como la vida de sus hijos y sus respectivos cónyuges, todos involucrados con la mafia. Los tópicos que aborda no son solo de romance, sino también violencia y misterio, con giros sorprendidos en la trama que involucra la muerte de protagonistas, desapariciones y traiciones. La popularidad de esta serie llega al nivel en el que incentivó la tendencia y abundancia de las historias con mafiosos y pandilleros en la aplicación.

b) Identificación y análisis de las extensiones de la macrohistoria que conforman la narrativa trans-media

Después que se identificó y analizó la macrohistoria, se procedió a analizar los contenidos generados por los usuarios como se observa en la Tabla 1.

Tabla 1. Análisis de los contenidos generados por los usuarios

Herramienta	Medio/Plataforma/ Formato	
CGU		
Macrohistorias difundidas vía juego móvil	Dripping Mascara	The Chain Reaction
Función de la Extensión		
Respecto a la historia		
Historias Preliminares	-	-
Historias Intersticiales	-	Fanfiction: Chain reaction, King Theo, Lost
Historias Paralelas	-	Fanfiction: Mafia Girl, My darkest Love
Historias Periféricas	Fanfiction: Absence por WiltedDaffodil (https://www.fanfiction.net/s/12695701/1/Absence)	Fanfiction: Doubletrouble, It's just an illusion
Respecto a los personajes o cierre de historia		
Amplía algún personaje	Fanpoemas (https://www.drippingmascara.com/fanpoems): Savior, Roses and Daffodils, Dripping Mascara Fanpoems, Shark, Matthew, Battle Scars, Blue Eyes, Dyslexia	-
Cierra la historia	Fanfiction: Good Mourning por drippingmascarafan (https://www.fanfiction.net/s/12688448/1/Good-Mourning)	-
Otros Contenidos Generados por el Usuario		
Fanart	De “Dripping Mascara”, la autora tiene una recopilación en su página web: https://www.drippingmascara.com/newfanart Adicionalmente, sobre “Chain Reaction”, mayormente los fanarts están en Tumblr.	

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de García y Heredero (2015), y Atarama-Rojas y Menacho-Girón (2018).

Como estas historias fueron escritas por fans, el CGU no es tan amplio. En el caso de *Dripping Mascara*, resalta que el contenido se centra principalmente en profundizar a los personajes principales, sobre todo la protagonista, por lo que el tipo de CGU que más abunda son los fanpoemas. Los CGU producidos a partir de *Chain Reaction* desarrollan historias entre los capítulos de la macrohistoria, respondiendo a algunas preguntas o vacíos que puedan generarse en el contenido canónico; además, los creadores toman personajes o partes de la historia, que sean muy relevantes, para explotarla y generar nuevas posibles secuelas. Entre los temas principales se encuentran el romance y el erotismo, temas que no se alejan de la macrohistoria. Sin embargo, denota que en los fanfiction se explotan con mayor libertad y menor censura que en plataformas como Wattpad.

4.2. Choices: Stories You Play

Para el análisis de *Choices* se consideró las primeras etapas propuestas por García y Heredero (2015):

a) Identificación y análisis de la macrohistoria

En esta primera parte se reconocieron distintos elementos: la base narrativa del universo transmedia, el soporte en el cual se desarrolla, la audiencia y las partes. Así, tenemos que tanto *The Royal Romance* (TRR) como *Endless Summer* (ES) tienen el mismo soporte, ya que son juegos móviles, y la audiencia a la cual son dirigidos son adolescentes. Los juegos giran en gran medida en las decisiones tomadas, las cuales pueden mejorar o disminuir las relaciones con los otros personajes y, en consecuencia, alterar la secuencia de algunos hechos. También ambos se desarrollan en la actualidad y tienen protagonistas cuya apariencia y nombre pueden ser modificados al gusto del usuario.

The Royal Romance se desarrolla en la ciudad de Nueva York y el Reino de Cordonia, y tiene ocho personajes protagónicos. Todas las acciones son realizadas por Riley, nombre default si no ha sido cambiado por el jugador. TRR cuenta con tres libros, además de dos secuelas llamadas *The Royal Heir* y *The Royal Masquerade*. Para este análisis, solo hemos considerado la primera entrega que contiene 19 capítulos. El argumento es el siguiente: Riley, una joven mesera que vive en Nueva York, un día atiende la despedida de soltero de Liam y sus amigos. Pronto descubre que Liam es heredero de la corona de Cordonia y que debe casarse antes de fin de año. Maxwell, amigo del príncipe, invita a Riley a participar del concurso para ser la nueva reina de Cordonia y esposa de Liam. La historia continúa luego de aceptar ser patrocinada por Maxwell y su familia.

En cuanto a *Endless Summer*, la historia se desarrolla en una isla caribeña ficticia llamada La Huerta y hay doce personajes principales. Tiene tres partes, pero nos centramos en el primer libro, que cuenta con 16 capítulos cuya trama gira en torno a un grupo de estudiantes universitarios que creen que han ganado vacaciones en una isla llamada La Huerta. Sin embargo, pronto se evidencia que el paraíso tropical no es lo que hubieran imaginado, ya que varios personajes empiezan a desaparecer y se revela que en la isla viven unos seres que se comunican telepáticamente llamados *The Watchers*.

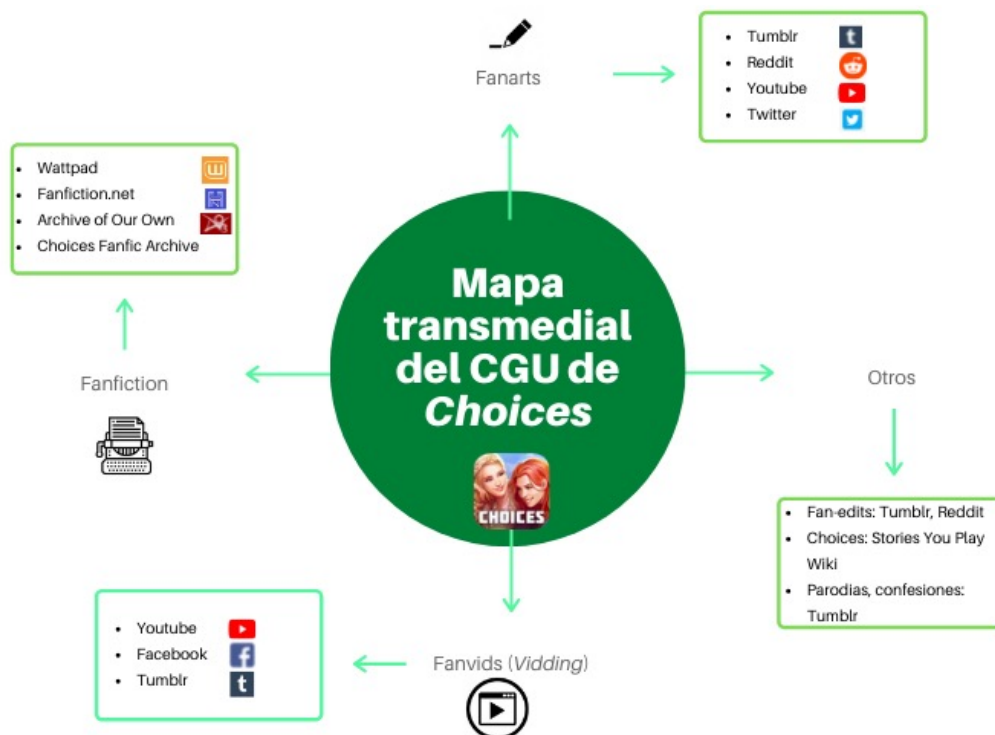
b) Identificación y análisis de las extensiones de la macrohistoria que conforman la narrativa transmedia

En esta segunda parte se identificó los otros elementos de la narrativa transmedia, conformando así el mapa transmedial del CGU de *Choices*, tal como se presenta en la Figura 1.

Al igual que en la parte previa, se determinaron el soporte, la audiencia y las partes; la diferencia radica en que también se inspeccionó la intertextualidad del relato, es decir, la relación que existe entre los diferentes elementos de la macrohistoria con el universo narrativo. Para ello se hizo uso del Software WebQDA, donde se recolectaron los fanfiction y se subieron los enlaces de fanvids y

fanart. Para identificar los parámetros anteriormente citados, estos se convirtieron en códigos de árbol que permitieron analizarlos con mayor profundidad, lo que finalmente fueron sintetizados en la Tabla 2.

Figura 1. Plataformas de expansión del CGU de *Choices*



Fuente: Elaboración propia.

Los resultados sobre el fanfiction arrojan que el 85% contiene temas románticos mientras que el 15% restante comparte temas de aventura, misterio y fantasía. Por otro lado, el 58% es apto para todo público mientras que el otro 42% presenta contenido para mayores de 18 o adultos por los temas que toca. En cuanto a los aspectos narrativos, el total de fanfictions revisados menciona algún espacio canónico (presente en la macrohistoria) y solo un 30% adiciona otros espacios, es decir, que se desarrollan en otros lugares. Respecto a los personajes, aquellos que son canónicos están presentes en un 100% de historias y de ellos, el 60% cambia el nombre del avatar protagonista. En relación a la función de la extensión, un 60% de los fanfiction corresponden a la historia, de los cuales un 56% son historias periféricas, un 20% son historias paralelas, 16% son historias preliminares y 8% son historias intersticiales. Del 40% restante, un 70% de fanfiction desarrollan de algún personaje en específico y un 30% buscan complementar la macrohistoria.

Tabla 2. Análisis de los contenidos generados por los usuarios

Herramienta	Medio/Plataforma/ Formato	
CGU		
Macrohistorias difundidas vía juego móvil	The Royal Romance	Endless Summer
Función de la Extensión		
Respecto a la historia		
Historias Preliminares	Fanfiction: Everything You Ever Wanted, To Know You, Queen of My Heart ,Crimson Rain, Godsend, The Lost Boy, Just Breathe, Secrets, etc.	Fanfiction: Visions, Endless Summer: Past, etc.
Historias Intersticiales	Fanfiction: Drake Walker I choose you, etc.	Fanfiction: Shivers, Gimme A Hand, Back Up, Sardines, Endless Summer, Only Love Survives, etc.
Historias Paralelas	Fanfiction: Better Than This, Protect and Serve, Blurred Lines, Consequences of a Fling, etc.	Fanfiction: Riding Lessons, A Better Proposal, Back Up, etc.
Historias Periféricas	Fanfiction: Epithymia, Together, We are our own heroes, Unspoken For, The Royal fanfic Romance, Perfectly Ridiculous, Side by side, The aftermath	Fanfiction: Heart of Glass, Have Yourself a Jake, Movie Star, The Safety Dance, The Christmas Wish, Andromeda Rising, etc.
Respecto a los personajes o cierre de historia		
Amplía algún personaje	Fanfiction: I love you, The Mess, Lythikos Lodges, etc.	Fanfiction: 6 Types Of Kisses, Last Visit Home, Because In The End, It Shouldn't Feel Like Heartbreak, Queen Of Hearts, etc.
Cierra la historia	Fanfiction: Queen of My Heart, Finding the One, etc.	Fanfiction: “uh i luv you”, Yours Endlessly, 20 Years Later, Aftermath, etc.
Otros Contenidos Generados por el Usuario		
Fanvids	En su mayoría se encuentran en YouTube, comunidades de fans en Facebook e Instagram. En el caso de Facebook existen grupos cerrados solo para fans en los cuales se comparten videos y animaciones sobre estas historias.	
Fanart	Se encuentran en plataformas como Tumblr y páginas de fans en Facebook e Instagram. Las imágenes se adecuan a la descripción y caracterización de los personajes creados dentro y fuera del juego.	

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de García y Heredero (2015), y Atarama-Rojas y Menacho-Girón (2018).

En cuanto a los fanvids, el primer aspecto sobresaliente es que, si bien en términos de popularidad, TRR sea más extendido, los fanvids de ES fueron más numerosos. De los fanvids analizados, en un 87% fueron "trailers fanmade", consistentes en clips de películas o series televisivas mientras que 10% fueron youtubers comentando y dando sus opiniones sobre las historias y, por último, el 3% fueron parodias de los juegos. Por otro lado, en cuanto a fanarts, encontramos que el 99% tiene personajes canónicos mientras que solo el 1% tienen personajes no canónicos; sobre el contenido, existe un 94% apto para todo público y solo el otro 6% muestra temas para mayores de 18 o para adultos. Sobre los espacios, un 46% utilizaron los relacionados a los canónicos, un 35% recrearon otros espacios y un 19% no contextualizaron sus dibujos (estaban sin fondo o fondo muy general).

4.3. Juegos paralelos: dos formas disímiles de generar contenido

Tras el análisis de ambos juegos, se ha elaborado una tabla comparativa, a manera de síntesis, que permite diferenciar el comportamiento que tienen los usuarios de cada juego como se examina en la Tabla 3.

Tabla 3. Comparación de *Episode* y *Choices* resaltando el comportamiento del usuario

Comportamiento del usuario	Episode: Choose Your Story	Choices: Stories You Play
Uso web y redes sociales	Redes sociales controladas por un community manager. Foro propio moderado con tráfico de importancia.	Interacción bidireccional controlada por un community manager en las cuentas oficiales de Facebook, Twitter e Instagram.
Tipo de usuarios y CGU	Consumidor y creador de sus propias historias con las herramientas dadas por el juego en la plataforma interactiva. Varios fanarts, pero escasos fanfictions y fanvids.	Consumidor y creador de contenido basado en las historias del juego para extenderlas, crear mundos paralelos, periféricos o intersticiales. Numerosos fanfiction y fanarts. Fanvids en menor medida.
Temática	Romántico, Misterio, Aventura.	Romántico/erótico, Misterio, Aventura.

Fuente: Elaboración propia.

Los usuarios de estos dos juegos, según las plataformas de descarga Play Store y App Store, son consumidores mayores a los 13 años, ya que algunas historias contienen humor burdo, temas insinuantes, violencia y lenguaje fuerte. Son estos usuarios adolescentes los que han logrado que los temas más visitados sean los romances y las comedias ligeras. Sin embargo, considerando que para acceder a muchas opciones se necesita algún medio de pago que solo se efectúa con una tarjeta de crédito, es necesario tener en consideración que no siempre son menores de edad los jugadores o que, en todo caso, son adolescentes que tiene acceso a medios de pago.

Los jugadores cuentan con la libertad de personalizar su avatar (complexión, color de piel, tipo de cabello, etc.), desarrollar relaciones con otros personajes, eligiendo destinos y finales distintos a medida que avanza el relato. Cada elección genera un cambio en la historia y puede ampliar o reducir las interacciones con otros personajes. Muchas de estas elecciones tienen un costo, expresado en diamantes (*Choices*) y gemas (*Episode*), las cuales se consiguen por ver publicidad o comprándolos por paquetes.

Ambos juegos se basan en narraciones extendidas denominadas “libros” y en cada uno hay gran variedad de historias con diversidad de géneros. Si bien el modo de jugar *Episode* y *Choices* se asemeja, la historia, los personajes y el tema cambian completamente de un juego a otro, sin contar que tienen estilos de arte diferentes, lo que permite que cada uno se perciba de manera distinta.

Por la comparación, se puede apreciar que ambos juegos, si bien tienen similitudes, suscitan un comportamiento ampliamente diferenciable entre sus usuarios. Los dos juegos móviles cuentan con historias propias populares. La diferencia radica en que *Episode*, debido a la posibilidad de los usuarios de convertirse en creadores de sus propios relatos, no tienen inclinación a escribir fanfiction basado en otras historias. A su vez, esto incentiva que haya un gran volumen de interacción entre los usuarios creadores en el foro oficial, donde se ayudan entre ellos facilitándose mutuamente ayudas visuales, tutoriales y gráficos.

En cambio, en el caso de *Choices*, el usuario se convierte en un prosumidor que amplifica el universo narrativo de las historias con el CGU, lo que provoca que se dé un proceso de retroalimentación diferente al juego anterior, pero igual de importante. Existen numerosas comunidades de fans en diferentes plataformas, donde las interacciones de los usuarios exponen preferencias por una u otra historia, personaje o giros en la trama, se dan debates e intercambio de opiniones, o se piden mutuamente recomendaciones; esto produce que otros usuarios se animen a convertirse en creadores que escriben fanfiction o elaboran fanart y fanvids de sus favoritos. Por último, también influye en las decisiones de Pixelberry Studios al señalar qué historias recibirán más atención en caso de tener secuelas o spin-off.

La presencia de la comunidad de fans de estos juegos se puede encontrar en numerosas plataformas y en grandes cantidades, desde blogs creados en plataformas de comunidades de fanáticos ya establecidas como lo son Tumblr o Reddit, o en redes sociales como Instagram, Facebook y Twitter; igualmente, en páginas creadas exclusivamente para ellos, como el foro de *Episode* o el archivo de fanfiction de *Choices*. Tampoco se puede dejar de lado su presencia en Youtube, sea en videos creados por fans sobre los mismos libros o Tumblr donde se albergan la gran mayoría de fanarts.

El que se pueda encontrar esta huella visible en los rincones más recorridos del Internet, demuestra la relevancia de estos juegos y, sobre todo, que mueven a los usuarios a no solo consumirlos, sino que también los motiva a crear sus propios contenidos. La presencia de este tipo de juegos es un incentivo para desarrollar la creatividad del jugador, y a su vez, la aparición de prosumidores es de importancia para los juegos, porque extienden los límites de los propios creadores y alimentan la fidelidad a los juegos.

5. Discusión y conclusiones

La era actual es innegablemente digital y mediada por la tecnología, donde el consumidor ha pasado de ser una pieza pasiva a convertirse en un prosumidor que tiene la posibilidad de interactuar, involucrarse y ser creador. Después de analizar el CGU de los juegos móviles seleccionados, se denota que como resultado de una cultura cada vez más participativa de los fanáticos de los videojuegos y sus prácticas, se da una importante producción de fanfiction, fanvids y fanarts que pueden ser encontrados en las redes sociales populares, o en plataformas diseñadas especialmente para que sean compartidos. Este estudio corrobora la idea de que los usuarios, al convertirse en prosumidores, juegan un papel primordial en el desarrollo de un juego, lo cual se verá expresado en el número exponencial de descargas y la proliferación del CGU. Además, estas expresiones de los prosumidores terminan siendo la mejor prueba de referencia, por lo cual muchos desarrolladores, como es el caso de *Episode*, optan por crear plataformas donde los usuarios puedan convertirse en creadores y así conseguir nuevas historias.

En esta nueva ecología de medios, las audiencias se centran en la narrativa (Scolari & Establés, 2017). La participación masiva de los adolescentes y jóvenes en estas plataformas también ratifica que la narrativa se nutre de la variedad de medios que existen para crear historias, y esto a su vez posibilita que esos universos narrativos lleguen a públicos diversos. Muy bien estas plataformas pueden ser utilizadas con fines educativos para desarrollar diferentes tipos de habilidades en los estudiantes como las competencias comunicativas, narrativas, creativas e incluso digitales. Como señala Sauro (2017), muchos fans se introducen en un ciclo productivo de aprendizaje de cultura y lengua gracias al fandom, y se dan prácticas creativas que conducen al desarrollo de una variedad de nuevas habilidades que pueden incluir la alfabetización digital.

En otros estudios se confirmó que la pluralidad de elementos narrativos permite una mayor expansión del universo narrativo y una mayor participación del público, ya que éste difunde la información en las redes sociales y crea la posibilidad de crear más contenidos (Atarama-Rojas y Menacho-Girón, 2018; Rodríguez-Fidalgo & Molpereces-Arnáiz, 2014). En ese sentido, la participación de los fans es vital en el proceso de expansión de narrativas, porque se constituyen en elementos sumamente dinámicos en ese proceso expansivo, tal como se ha demostrado en este trabajo. El rol de los fans es tan destacable, en especial de los jóvenes que ya no se les considera simples consumidores. Así lo explica Sugihartati (2020), quien destaca a los “jóvenes urbanos” como generalmente prosumidores, llegando incluso a considerarlos trabajadores del juego o jugadores obreros, ya que, si bien disfrutan del contenido, simultáneamente generan contenidos que contribuyen al éxito de estos. Los fans expanden las narrativas, hacen uso de su creatividad, de los medios digitales y herramientas de edición, para lograr llevar más allá la historia que los

apasiona. En este proceso no solo se convierten en productores sino que contribuyen al éxito y permanencia de los videojuegos, libros, películas, etc.

Respecto al rol del prosumidor y su relación con los contenidos generados por los usuarios, a partir de los resultados se puede destacar el fanfiction como un tipo de CGU al cual los fans recurren con mayor incidencia. Prueba de ello es la gran cantidad de historias dispersas en múltiples blogs y plataformas que superan a los fanvids y fanart. Fernández (2014) también destaca la importancia de los CGU en la era del prosumidor, especialmente los fanfiction, que son modelos de referencia narrativa que permiten identificar la audiencia y es que los fans, al entrar en una era digital, se reúnen en comunidades online que llegan a viralizar cierto contenido. En este sentido es necesario destacar la relación entre fandom/CGU y el éxito que puede tener un videojuego, libro, película, etc.

En cuanto a la segunda pregunta de investigación, resulta curioso que en esta época de pandemia, la actividad de los fans no varió en cuanto a las temáticas de las publicaciones y de la conversación del fandom, dejándose de lado el problema sanitario, tal como da cuenta el estudio de Arbaiza et al. (2021), que da cuenta de la actividad del fenómeno transmedia de la franquicia *Marvel* en una comunidad de fans de Perú a través de la red social Facebook y la plataforma YouTube. Esto puede conllevar a afirmar que una de las motivaciones de los fans es la simple evasión. En el caso de los dos juegos móviles analizados tampoco hubo variación, ya que las temáticas de romance y aventura persistieron entre las interacciones de los jóvenes y adolescentes. A esta finalidad de puro divertimento que le otorgan los adolescentes al uso de videojuegos, se podría contraponer el valor educativo de los juegos serios para desarrollar las competencias del siglo XXI (Fraga-Varela et al., 2021; Su et al., 2021; Romero & Turpo, 2015).

Según lo observado en los dos juegos analizados, todas las historias destacadas tienen elementos románticos, sea como parte de la trama principal o un género secundario. Como también lo planteó Kim (2021), a pesar de que son presentados como mundos de fantasía y ficcionales, *Choices* y *Episode* siguen un modelo de mundos simulados que no existen de manera independiente de la vida real; esto se manifiesta en las convenciones culturales que acatan y el lenguaje utilizado, los cuales se adecuan a expectativas sociales y reglas naturales. Los desarrolladores buscan asegurarse que los juegos lleguen de modo más efectivo a los jugadores objetivos. Este comportamiento también se ve reflejado en los fans, ya que las temáticas que más predominan en los fanfiction y fanarts basados en estos juegos, también son de raíz romántica. En otro estudio sobre los gustos de los adolescentes, Pindado (2005) encontró que las jóvenes prefieren revistas y programas del corazón, es decir, contenidos románticos; mientras que los varones optan por la acción y las aventuras. A ambos grupos les atrae el terror y el suspenso.

Una limitación del trabajo ha sido el acceso completo a las plataformas, esto se debe, por una parte, a que los contenidos generados por el usuario se encuentran dispersos en numerosas páginas web y, por tanto, la exploración, recolección de datos y análisis requiere mucha inversión de tiempo y un trabajo de forma manual. También hay que considerar que es muy difícil mapear de manera exhaustiva este territorio narrativo, porque está en permanente expansión (Scolari, 2012, p. 24). Por otra parte, si bien el canon de los juegos seleccionados ya no está en crecimiento, y el CGU ha disminuido en comparación de años anteriores, las comunidades en torno a ellos siguen generando vínculos, interactuando y creando fanfiction, fanvids y fanarts en distintas proporciones.

Por último, esta investigación brinda la oportunidad para seguir explorando el mundo de los fans y cómo las diferentes herramientas dadas por las empresas que producen los juegos, pueden fomentar la creatividad de sus usuarios, como se ha visto en el caso de *Episode: Choose Your Story* y su laboratorio de escritura, y *Choices: Stories You Play*, en los cuales se demuestra una importante expansión de

la narrativa original. Su relevancia radica en que es un hecho que los fans se hacen acreedores de un gran movimiento que repercute más allá de su misma comunidad de fans y que estas prácticas incentivadas presentan una mejora y enriquecimiento en cuanto al producto original, formándose de esta manera una correspondencia que cada vez es más significativa.

Agradecimiento

A la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa por el financiamiento otorgado al proyecto “Gamificación transmedia y videojuegos para promover la redacción científica en estudiantes de Ingeniería”, con Contrato N° IBA-IB-38-2020-UNSA.

Bibliografía

- Andréu-Abela, J. (2000). Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada. *Fundación Centro Estudios Andaluces*, 10(2), 1-34. <https://bit.ly/2PL0kkW>
- Arbaiza, F., Atarama-Rojas, T., & Atarama-Rojas, R. (2021). La actividad del fandom del fenómeno transmedia de Marvel: un análisis comparativo de las comunidades digitales peruanas en tiempos de pandemia. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(2), 145-157. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.18839>
- Atarama-Rojas, T., & Menacho-Girón, N. (2018). Narrativa transmedia y mundos transmediales: Una propuesta metodológica para el análisis de un ecosistema mediático, caso Civil War. *Revista de Comunicación*, 17(1), 34-56. <https://doi.org/10.26441/RC17.1-2018-A2>
- Badrinarayanan, V. A., Sierra J. J., & Martin K. M. (2015). A dual identification framework of online multiplayer video games: The case of massively multiplayer online role playing games (MMORPGs). *Journal of Business Research*, 68(5), 1045–1052. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.10.006>
- Badrinarayanan, V. A., Sierra J. J., & Taute H. A. (2014). Determinants and outcomes of online brand tribalism: Exploring communities of massively multiplayer online role playing games (MMORPGs). *Psychology and Marketing*, 31(10), 853-870. <https://doi.org/10.1002/mar.20739>
- Barnes, J. L. (2015). Fanfiction as imaginary play: What fan-written stories can tell us about the cognitive science of fiction. *Poetics*, 48, 69-82. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2014.12.004>
- Basu, S. (2020). Online Yaoi Fanfiction and Explorations of Female Desire through Sexually Exploited Male Bodies. *Rupkatha*, 12(5). <https://doi.org/10.21659/rupkatha.v12n5.rioc1s1n3>
- Booth, P. (2010). *Digital Fandom, New Media Studies*. Peter Lang.
- Brown, L. (2013). Pornographic Space-time and the Potential of Fantasy in Comics and Fan Art. *Transformative Works and Cultures*, 13. <https://doi.org/10.3983/twc.2013.0465>
- Camarero, C., San José, R., Jiménez, N., & San-Martín, S. (2021). The Effect of Use, Overuse, and Appeal of Mobile Game App on Add-Ons Purchases and Players Recruitment. *Journal of Organizational and End User Computing (JOEUC)*, 33(2), 59-84. <https://doi.org/10.4018/JOEUC.20210301.0a4>
- Coppa, F. (2011). An editing room of one's own: Vidding as women's work. *Camera Obscura*, 26 (2), 123. <https://doi.org/10.1215/02705346-1301557>
- Cristofari, C., & Guitton, M.J. (2017). Aca-fans and fan communities: An operative framework. *Journal of Consumer Culture*. 17(3):713-731. <https://doi.org/10.1177/1469540515623608>
- Dawson, M. (2016). *The making of Episode /* Entrevistado por Ric Crowley. Pocket Gamer Biz. <https://cutt.ly/Pn31TLg>
- Fernández-Castrillo, C. (2014). Prácticas transmedia en la era del prosumidor: Hacia una definición del Contenido Generado por el Usuario (CGU). *Cuadernos de Información y Comunicación*, 19, 53-67. https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2014.v19.43903

- Fraga-Varela, F., Vila-Couñago, E., & Martínez-Piñeiro, E. (2021). The impact of serious games in mathematics fluency: A study in Primary Education. *Comunicar*, 69, 125-135. <https://doi.org/10.3916/C69-2021-10>
- Freund, K. (2018). "Becoming a part of the storytelling": Fan vidding practices and histories. In P. Booth (Ed.), *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*, 207-223. Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781119237211.ch13>
- García J., & Heredero, O. (2015). Propuesta de un modelo genérico de análisis de la estructura de las narrativas transmedia. *Icono14*, 13(2), 260-285. <https://doi.org/10.7195/ri14.v13i2.745>
- Geraghty, L. (2018). Nostalgia, fandom and the remediation of children's culture. In P. Booth, P. (Ed.), *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*, 161-174. Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781119237211.ch10>
- González, R. (2021). Las otras caras del prosumidor: una revisión a los conceptos fundacionales de pro-am (amateur profesional) y maker. *Comunicación y Sociedad*, <https://doi.org/10.32870/cys.v2021.8072>
- Hellekson, K. (2018). The Fan Experience. In P. Booth (Ed.), *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*, 65-76. <https://doi.org/10.1002/9781119237211.ch4>
- Hjorth, L., & Richardson, I. (2017). Pokémon GO: Mobile media play, place-making, and the digital wayfarer. *Mobile Media & Communication*, 5(1), 3-14. <https://doi.org/10.1177/2050157916680015>
- Herrero-Diz, P., Lozano, J., Del Toro, A., & Sánchez-Martín, M. (2017). Estudio de las competencias digitales en el espectador fan español. *Palabra Clave*, 20(4), 917-947. <https://doi.org/10.5294/pacla.2017.20.4.4>
- Javanshir, R., Carroll, B., & Millard, D. (2020). Structural patterns for transmedia storytelling. *PloS one*, 15(1). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0225910>
- Jenkins, H. (2018). Fandom, negotiation, and participatory culture. In P. Booth (Ed.), *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*, 11-26. Wiley-Blackwell <https://doi.org/10.1002/9781119237211.ch1>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press. <https://doi.org/10.1177/0894439307306088>
- Jenkins, H. (2003). Transmedia storytelling: Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. *Technology Review*. https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia_storytelling/
- Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. New York Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203114339>
- Joelsson, T. N., Hyrynsalmi, S., & Molenaar, S. (2018). *The Role of Prosumers in the Evolution of a Software Ecosystem: Case Steam*. In *Proceedings of the International Workshop on Software-intensive Business: Start-ups, Ecosystems and Platforms (SiBW 2018)*. Espoo, Finland. <http://ceur-ws.org/Vol-2305/paper06.pdf>
- Jordán, D., Arias, C., & Samaniego, G. (2017). La participación del prosumidor en la nueva era de la comunicación. *INNOVA*, 2(11), 179-185. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n11.2017.556>
- Kim, D. O. (Donna). (2021). "Pay for your choices": Deconstructing neoliberal choice through free-to-play mobile interactive fiction games. *New Media & Society*, 146144482110181. <https://doi.org/10.1177/14614448211018177>
- Lastra, A. (2016). El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia. *Icono14*, 14 (1), 71-94. <https://doi.org/10.7195/ri14.v14i1.902> MONOGRÁFICO
- Manifold, M. (2009). Fanart as Craft and the Creation of Culture. *International Journal of Education through Art*, 5(1), 7-21. https://doi.org/10.1386/eta.5.1.7_1
- Marchand, A., & Hennig-Thurau, T. (2013). *Value Creation in the Video Game Industry: Industry Economics, Consumer Benefits, and Research Opportunities*. *Journal of Interactive Marketing*, 27(3), 141-157. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2013.05.001>

- Martínez, P. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento y Gestión*, 20, 165-193. <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/3576/2301>
- Michaud, N. (2018). The active defense of fanfiction writing: Sherlock fans' metatextual response. *European Journal of Cultural Studies*, 23(2), 244-260. <https://doi.org/10.1177/1367549418790453>
- Milli, S., & Bamman, D. (2016). Beyond Canonical Texts: A Computational Analysis of Fanfiction. In *Proceedings of the 2016 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing*. Austin, Texas: Association for Computational Linguistics. <https://doi.org/10.18653/v1/D16-1218>
- Miranda-Galbe, J. & Figuero-Espadas, J. (2016). El rol del prosumidor en la expansión narrativa transmedia de las historias de ficción en televisión: el caso de *El Ministerio del Tiempo*. *Index Comunicación*, 6(2), 115-134. <https://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/223>
- Miranda-Galbe, J., Cabezuelo-Lorenzo, F., & López-Medel, I. (2021). Analytical Model of Transmedia Storytelling Ecosystems in Audiovisual Fiction: The Spanish Model of The Ministry of Time. *Communication & Society*, 34(1), 1-13. <https://doi.org/10.15581/003.34.1.1-13>
- Núñez-Pacheco, R., Castillo-Torres, D., & Navarrete-Cardero, L. (2019). Videojuegos y literatura: Estudio de tres casos de intertextos hispanoamericanos. *Arte, Individuo y Sociedad*, 31(3), 527-542. <https://doi.org/10.5209/aris.60884>
- Pearson, R. (2010). Fandom in the Digital Era. *Popular Communication*, 8(1), 84-95. <https://doi.org/10.1080/15405700903502346>
- Pianzola, F., Rebora, S., & Lauer, G. (2020). Wattpad as a resource for literary studies. Quantitative and qualitative examples of the importance of digital social reading and readers' comments in the margins. *Plos One*, 15(1), e0226708. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0226708>
- Pindado, J. (2005). El hilo común de los gustos adolescentes. Unidad temática en los contenidos mediáticos. *Comunicación: Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 1(3), 51-65. <http://hdl.handle.net/11441/57649>
- Polo, N. D. (2018). Lectoescritura juvenil en tiempos de narraciones transmedia. *Comunicación y Sociedad*, (33), 41-64. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i33.7003>
- Ritzer, G. & Jurgenson, N. (2010). Production, Consumption, Prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'. *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13-36. <https://doi.org/10.1177/1469540509354673>
- Rodríguez-Fidalgo, M. I., & Molperez-Arnáiz, S. (2014). "The inside experience" y la construcción de la narrativa transmedia. Un análisis comunicativo y teórico-literario. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 19, 315-330. https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2014.v19.43918
- Romero, M., & Turpo-Gebera, O. (2015). Serious Games para el desarrollo de las competencias del siglo XXI. *Revista de Educación a Distancia (RED)*, (34). <https://revistas.um.es/red/article/view/233511>
- Rosendo, N. (2016). Mundos transmediales: revisión conceptual y perspectivas teóricas del arte de crear mundos. *Icono14*, 14(1), 49-70. <https://doi.org/10.7195/ri14.v14i1.930>
- Ryan, M. L. (2014). Story/Worlds/Media. Tuning the Instruments of a Media Conscious Narratology. In M. L. Ryan & J. N. Thon (Eds.), *Storyworlds across Media. Toward a Media Conscious Narratology*, 25-29. University of Nebraska Press
- Sáez, N. (2021). *Literatura colaborativa: fans, fandoms y fanfictions*. [Trabajo de fin de grado. Universidad de granada] <http://hdl.handle.net/10481/68645>
- Santos, M.L.B.d. (2021). The "so-called" UGC: an updated definition of user-generated content in the age of social media, *Online Information Review*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/OIR-06-2020-0258>
- Sauro, S. (2017). Online Fan Practices and CALL. *Calico Journal*, Vol 34(2), 132-146. <https://doi.org/10.1558/cj.33077>

- Scolari, C. (2012). El texto DIY (Do it yourself). In M. Carlón y C. Scolari (Comp.), *Colabor-arte: medios y artes en la era de la producción colaborativa* (pp. 21-41). La Crujía.
- Scolari, C., & Establés, M.J. (2017). El ministerio transmedia: expansiones narrativas y culturas participativas. *Palabra Clave* 20(4), 1008-1041. <https://doi.org/10.5294/pacla.2017.20.4>.
- Sensor Tower. (2021). Data that drives app growth. <https://sensortower.com/>
- Seymour, J. (2018). Racebending and Prosumer Fanart Practices in Harry Potter Fandom. In P. Booth (Ed.), *A Companion to Media Fandom and Fan Studies* (pp. 333-347). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781119237211.ch21>
- Shchiglik, C., Barnes, S. J., & Scornavacca, E. (2016). The development of an instrument to measure mobile game quality. *Journal of Computer Information Systems*, 56(2), 97-105. <https://doi.org/10.1080/08874417.2016.1117368>
- Sparkes, A., & Devís, J. (2007). *Investigación narrativa y sus formas de análisis: una visión desde la educación física y el deporte*. Universidad de Exeter <https://revistas.udea.edu.co/index.php/expomotricidad/article/view/335323>
- Su, J., Yang, Y., Weng, T., Li, M., & Wang, C. (2021). A web-based serious game about self-protection for COVID-19 prevention: Development and usability testing. *Comunicar*, 69, 91-111. <https://doi.org/10.3916/C69-2021-08>
- Sugihartati, R. (2020). Youth fans of global popular culture: Between prosumer and free digital labourer. *Journal of Consumer Culture*, 20(3), 305-323. <https://doi.org/10.1177/1469540517736522>
- Superdata. (2020). Digital games and interactive media, 2020 year in review. <https://www.superdataresearch.com/reports/p/2020-year-in-review>
- Tenemaya, L. (2018). Entre el perfil del prosumidor y la cultura participativa. In P. Nigro (Ed.), *La comunicación y las transformaciones culturales en la sociedad contemporánea* (pp. 44-58). Universidad Técnica de Machala.
- Thomas, K. (2013). Revisioning the Smiling Villain: Images Texts and Intertextual Expression in Representations of the Filmic Loki on Tumblr. In M. J. Costello (Ed.), *Appropriating, Interpreting, and Transforming Comic Books*, special issue, *Transformative Works and Cultures*, 13. <https://doi.org/10.3983/twc.2013.0474>
- Toffler, A. (1980). *The third wave*. Bantam books.
- Torrego-González, A., Vazquez-Calvo, B., & García-Marín, D. (2021). El fandom de Blue Jeans: lectura y socialización literaria en línea. *Ocnos*, 20(1), 65-81. https://doi.org/10.18239/ocnos_2021.20.1.2459
- Vazquez-Calvo, B., Zhang, L. T., Pascual, M., & Cassany, D. (2019). Fan translation of games, anime, and fanfiction. *Language Learning & Technology*, 23(1), 49-71. <https://doi.org/10.125/44672>
- Vazquez-Calvo, B., García-Roca, A., & Báez, C. L. (2020). Domesticar la ‘selva digital’: El fanfiction a examen a través de la mirada de una fanfictioner. *Edmetíc*, 9(1), 21-51. <https://doi.org/10.21071/edmetic.v9i1.12239>
- Vélez R., L. F. (2012). *Diseño de un juego para la enseñanza del inglés: “Brock Mir PI Adventure”* (p. 35) Master’s thesis, Universidad EAFIT
- Virino, C. C., & Cañabate, J. P. M. (2017). Narrativas expandidas entre la tradición y la innovación: construyendo el universo transmedial de “El Ministerio del Tiempo”. *Tropelias*, 27, 120-135. https://doi.org/10.26754/ojs_tropelias/tropelias.2017271544
- Yin, K., Aragon, C., Evans, S., & Davis, K. (2017). *Where No One Has Gone Before. Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI ’17*. <https://doi.org/10.1145/3025453.3025720>
- Yoon, G., Duff B., & Ryu S. (2013). Gamers just want to have fun? Toward an understanding of the online game acceptance. *Journal of Applied Social Psychology*, 43(9), 1814-1826. <https://doi.org/10.1111/jasp.12133>
- Włordarczyk, A., & Tyminska, M. (2015). Cultural Differences: Polish Fandom of Welcome to Night Vale. In A. Kustritz (Ed.), *European Fans and European Fan Objects: Localization and Translation*, special issue, *Transformative Works and Cultures*, 19. <https://doi.org/10.3983/twc.2015.0591>