

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Máster en Contenidos Adaptados a la Sociedad de la Información



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



ESCUELA POLITÈCNICA
SUPERIOR DE GANDIA

“Narrativas transmedia y videojuegos: la retroalimentación entre los mundos transmediales y la comunidad prosumidora”

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

Autor/a:

Jose Manuel Achica-Allende García

Tutor/a:

Ariadna Fernández-Planells

Cotutor/a:

Margarita Cabrera Méndez

GANDIA, 2018

Resumen

Las narrativas transmedia son una manera de desarrollar historias que precisa del uso de varios medios físicos o digitales y una comunidad de prosumidores que mantenga vivo su universo. Los videojuegos se han destapado en los últimos años como auténticos centros neurálgicos de seguidores, creadores y artistas que de manera altruista han ideado contenido relacionado con sus sagas de culto preferidas.

Concretamente, los videojuegos de rol o RPGs y los esports, la modalidad deportiva de los videojuegos, han dado a luz a unos mundos transmediales propios que le dan la posibilidad a los usuarios de convertirse en quienes quieran ser al mismo tiempo que hacen crecer esos universos digitales.

Uno de esos videojuegos es Halo, una saga de las sagas de ciencia ficción más importantes de los últimos tiempos y con una potente comunidad que será analizada a lo largo de este trabajo.

Palabras clave

Narrativas transmedia, videojuegos, mundo transmedial, comunidad, storytelling

Abstract

Narrative storytelling is a way to explain stories using several digital or physical media and a prosumer community that stay alive its universe. Videogames have been in the last years a real followers, creatives and artists nerve center which, in a altruistic way, have devised related content with their favorites cult sagas.

Specifically, role or RPG's games and esports, sports game modality, has given birth to a personal transmedial worlds that give to users the possibility of be who they want at the same time that they the digital worlds.

One of this video games is Halo, one of the most important science fiction of the last year and with a strong community wich will be analyzed along this Project.

Keywords

Narrative storyteling, transmedia, video games, community, storytelling

INDICE

- 1. Introducción**
 - a. Presentación
 - b. Antecedentes
 - c. Objetivos
 - d. Metodología
 - e. Resultados
 - f. Problemas
- 2. Los mundos transmediales y la comunidad en los videojuegos**
 - a. De consumidores a prosumidores
 - b. Los videojuegos transmediales en la sociedad mediática
 - c. Derechos de autor en la transmedialidad
- 3. El caso Halo**
 - a. El nacimiento de Halo
 - i. Videojuegos
 - ii. Series
 - iii. Libros
 - b. Comunidad de Halo
 - i. Obras destacadas
 - ii. Medios de acción
 - iii. El mundo narrativo de Halo
- 4. Conclusiones**
- 5. Bibliografía**

1. Presentación

a. Introducción

Las historias siempre han entusiasmado al ser humano. La tradición oral se ha desarrollado con el paso de los siglos entre las personas para explicar aquello que, por razones históricas, no tenía explicación. El cine llevó estas experiencias narrativas a otro nivel y consiguió que los amantes de la ficción pudieran seguir soñando con unas narraciones cada vez más complejas y profundas.

En mi caso, fue con la explosión comercial de la industria del videojuego allá por el final de la década de los noventa cuando empezó a apasionarme el arte de contar historias de ciencia ficción mayoritariamente. El cine de James Cameron, Ridley Scott o Steven Spielberg tenía un efecto similar en mí, pero jugar a un videojuego era otro mundo totalmente distinto. Sentía que formaba parte de la historia con una inmersión que no sentía al estar delante de la gran pantalla.

Con el paso de los años fui cambiando mis videoconsolas a medida que las generaciones y la tecnología iba avanzando. Desde Playstation One de Sony, pasando por Nintendo DS de Nintendo hasta la que poseo actualmente, la Xbox One de Microsoft. Cada sistema ofrecía un tipo de juegos exclusivos y personalizados con sus propias técnicas narrativas que producía un fenómeno fan que atravesaba fronteras. Poco a poco se fueron creando comunidades en torno a los nuevos videojuegos y videoconsolas que iban surgiendo a raíz del gran auge que estaba viviendo esta industria.

Con 9 años tuve que tomar la decisión más importante de mi vida hasta ese momento, o por lo menos eso me pareció. Ojalá hubiera sido así de fácil la vida. Elegí comprarme la consola Xbox Original por delante de la Playstation 2 la cual en ese momento estaba reventando el mercado, era el sistema más vendido en todo el mundo. Prácticamente era el único que la compré, todos mis compañeros y compañeras de clase tenían la consola de Sony, y sinceramente, en algunos momentos me arrepentí de haber comprado aquella consola.

Pero entonces llegó Halo, un videojuego que originalmente iba a salir en exclusiva para los ordenares Apple, pero que por suerte para mí y millones de personas más Microsoft le arrebató. Era el bombazo, el producto perfecto para su nueva consola que tenía como objetivo superar a Sony en cuanto ventas se refería con la legendaria Playstation 2. Recuerdo ir al videoclub de debajo de mi casa y alquilarlo sin muchas

esperanzas, era un niño y tampoco estaba muy al día con la industria de los videojuegos, así que le di una oportunidad. Nunca había jugado a nada parecido, aquella historia era una mezcla perfecta entre *Star Wars*¹, *Alien*² y *Dune*³, me maravilló.

Tenía el equilibrio perfecto entre jugabilidad, narración y vertiente online, lo tenía todo. Obviamente se convirtió en un éxito de ventas instantáneo y era difícil encontrarlo en las estanterías de las jugueterías y de electrónica. De repente, las personas que se habían comprado la consola de Sony tenían esa espinita que no la tuvieron antes en la guerra de consolas con Nintendo y Sega años atrás. Pese a que al final de aquella generación la empresa nipona se acabaría llevando el control del mercado de los videojuegos con mucha diferencia, una pequeña semilla verde estaba creciendo.

Fue con la llegada de Halo 2 aún en la consola Xbox Original cuando definitivamente se convirtió en mi saga de ciencia ficción favorita. Aquel videojuego me pareció hasta mejor que el original pese a las reticencias de algunos fans. Argumentalmente dio un paso adelante con la introducción de un nuevo protagonista, El Inquisidor, que junto al legendario Jefe Maestro, se convertiría en una figura clave dentro del universo Halo. No recuerdo la cantidad de veces que he jugado a este videojuego, pero seguro que son más horas, días y semanas de las que humanamente se pueden contabilizar.

Por aquel entonces empecé a escribir pequeños relatos de suspense y fantasía en mi primer ordenador, y siempre intentaba copiar aquella historia que me volvía loco. Aquellas narraciones juntaban elementos de las películas que más me gustaban, los viajes en el tiempo de *Terminator*⁴, las persecuciones a muerte de *Mad Max*⁵ y los extraterrestres de *Alien*, todo ello junto con el indudable toque espacial de Halo. El resultado nunca fue del todo bueno, pero me sirvió para dar rienda suelta a mi imaginación y creatividad que años después harían mella en mi futuro.

Concretamente fue en la universidad donde descubrí las narrativas transmedia y desde el primer momento en el que escuché hablar del tema quise saber más sobre ellas. Reunían todo lo que me gustaba, historias y ficción, características que cuadraban mucho

¹ LUCAS, G. (1977) *Star Wars: Una nueva esperanza*. Estados Unidos: The Walt Disney Company.

² SCOTT, R. (1979) *Alien: El octavo pasajero*. Estados Unidos: 20th Century Fox.

³ LYNCH, D. (1984) *Dune*. Estados Unidos: Dino De Laurentis Company.

⁴ CAMERON, J. (1984) *The Terminator*. Estados Unidos: Hendale Film.

⁵ MILLER, G. (1979) *Mad Max*. Australia: Kennedy Miller Productions.

con mi pasión por la escritura. A partir de ese momento nunca vi de la misma manera a la franquicia Halo ni a los videojuegos en general, ahora los entendía como productos culturales que desarrollaban sus historias mediante más de un medio en los cuales los usuarios y la comunidad hacían crecer el universo original hasta límites insospechados.

b. Antecedentes

En la entrevista realizada⁶ por Carlos A. Scolari en su blog Transmediaciones a Susana Pajares Tosca, una de las investigadoras de videojuegos de mayor renombre mundial, se discute sobre la narratología y la ludología en el mundo académico y los problemas que conlleva la batalla histórica entre los dos términos.

Uno de los temas que se desprenden son los mundos transmediales de los videojuegos y su importancia para el desarrollo de una narrativa transmedia. La investigadora desarrolla su discurso nombrando la importancia de la comunidad de jugadores y de su esfuerzo por dar vida a la ludología mediante la creación de contenido propio en detrimento del término narratología, el cual se queda corto a la hora de definir el arte de crear videojuegos.

c. Objetivos

i. Objetivos principales

- Explicar la importancia de los mundos transmediales digitales y de su comunidad de sus usuarios en los videojuegos a la hora de crear las narrativas transmedia y sus correspondientes elementos narrativos.

ii. Objetivos secundarios

- Desarrollar la importancia del trabajo de los prosumidores en las comunidades de jugadores.
- Conocer el funcionamiento de los mundos transmediales digitales y cómo ayudan a desarrollar las narrativas transmedia y la experiencia de los propios jugadores.

⁶ SCOLARI, A. (2014). *Entrevista a Susana P. Tosca: Entre la ludología y los mundos transmedia*. España: Hipermediaciones. Disponible en <https://hipermediaciones.com/2014/07/19/entrevista-a-susana-p-tosca-entre-la-ludologia-y-los-mundos-transmedia/>. Consulta: 7 de septiembre de 2018.

- Analizar la saga de videojuegos Halo como ejemplo de comunidad prosumidora activa, su mundo narrativo y los trabajos más reseñables realizados desde su inicio.

d. Metodología

Para redactar este proyecto se han seguido una serie de etapas. Primero se analizaron todos los elementos que conformaban una narrativa transmedia y cómo se desarrollaban todas las partes, para ello se hizo un estudio exhaustivo de la bibliografía que existe al respecto y se visionó el material relacionado.

En segundo lugar, se estudiaron las comunidades de jugadores más destacadas en el mundo de los videojuegos incluyendo la modalidad online de todos estos.

Finalmente, se relacionó su contribución y trabajo artístico a los mundos transmediales digitales con el desarrollo de estos mismos.

e. Resultados

Se han realizado varios estudios relacionados con el tema de los mundos transmediales en los videojuegos y sobre los creadores e investigadores de las NT o narrativas transmedia. Es importante resaltar la importancia de las obras de Carlos A. Scolari “Narrativas Transmedia: Cuando todos los medios cuentan⁷” y de Henry Jenkins “Fans, bloggers y videojuegos: La cultura de la colaboración⁸” para sacar conclusiones en claro sobre la aportación de los usuarios a los mundos transmediales digitales.

Pocas veces se ha puesto especial hincapié a la creación de contenido relacionado con la concepción real que se tienen de estos mundos, de su construcción y de la relación que tienen con la industria de los videojuegos y la comunidad de jugadores. Por suerte, hay estudiosos como Óliver Pérez y Susana Pajares Tosca que han trabajado en este tema y que han criticado en cierta medida el discurso de otros comunicadores como Henry Jenkins debido a su estéril argumento relacionado con este tema en concreto.

⁷ SCOLARI, A. (2014). *Narrativas Transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.

⁸ JENKINS, H. (2009). *Fans, bloggers y videojuegos: La cultura de la colaboración*. Madrid: Paidós Iberica.

f. **Problemas**

Analizar toda una comunidad como puede ser la de una franquicia tan enorme como Halo es difícil, pues son muchos los medios, portales digitales y redes sociales en los que sus seguidores dan a conocer sus obras. Nunca se podrá hacer un estudio exacto de toda su actividad ya que hay muchos seguidores que aglutinan un gran número de seguidores en Instagram, por ejemplo, pero que no son los suficientes como destacar entre otras cuentas oficiales. Aún sí, se ha localizado un número destacable de cuentas dedicadas a todo este universo con un contenido interesante y destacado.

2. Los mundos transmediales y la comunidad en los videojuegos.

Cuando pensamos en un mundo narrativo, ya sea el de una película, una serie o el de un libro, los autores de estas obras nos narran y nos crean una idea mental del espacio en el que desarrollan los hechos para que el espectador o lector pueda organizarse mentalmente el papel de todos los elementos narrativos. Desde los personajes hasta aquellos objetos con los que interactúan, todo debe tener un orden lógico que facilite el desarrollo natural de los arcos argumentales. En un videojuego esto no cambia, pero sí su objetivo y sentido de ser. Los mundos digitales de estas creaciones son seres vivos, están en constante cambio y obedecen solamente a las necesidades del usuario. Las misiones principales y secundarias, las tareas y los minijuegos, todo ello crean un mundo transmedial hecho por y para el usuario.

Cuando jugamos a un videojuego perteneciente al género sandbox⁹ o RPG¹⁰, los jugadores viajan por grandes escenarios plagados de elementos argumentales que justifican el espacio y la posición de todos sus elementos. Cuando paseamos por un pueblo virtual ambientado en la edad media, veremos cómo cada personaje que lo habita tiene una función programada y planificada por algoritmos. Si entramos a reparar nuestro armamento y equipo a una herrería, la persona que nos atiende se ocupará de que nuestras exigencias queden satisfechas y de paso nos informará de algún cotilleo que con el tiempo se acabará convirtiendo en la búsqueda de algún tesoro.

Cuando salgamos de la herrería nos habremos percatado de que es de noche y que, en condiciones de oscuridad, todo ello gracias al habitual ciclo día-noche de este tipo de juegos, es imposible ser lo suficientemente eficientes para encontrar para luchar por el tesoro en aquella cueva de la que nos han hablado. Por lo tanto, decidimos pasar la noche en una de las posadas del pueblo que estamos visitando y pagamos una determinada cantidad de oro, el cual ganamos explorando una mazmorra encantada, para dormir allí y esperar a que la luz del día facilite las condiciones climatológicas.

Sales de tu habitación y bajas por las escaleras hasta la recepción, lugar en que otros jugadores están buscando compañeros de viaje para buscar el mismo tesoro que tú buscas. Formáis un equipo y vais a la cueva a por el tesoro, lo traéis de vuelta y todos

⁹ modo de juego que da al jugador la libertad absoluta de moverse por el escenario como él lo prefiera.

¹⁰ *Role Playing Game*

ganáis unos valiosos puntos de experiencia y de dinero para gastar en vuestro avatar. Además, habéis ayudado a otros jugadores a completar la misión pues habéis dejado avisos de los peores peligros de aquel durante el tramo hasta el tesoro.

Este es un simple ejemplo de cómo actúan los mundos transmediales en comparación a los demás, están vivos y se alteran en función de la actividad de los jugadores. Unos jugadores que como comunidad alimentan su mundo narrativo para hacer más y más grande. Pero este mundo no podría ser transmedial si no utilizara diferentes medios para desarrollar ya no solo su narración, también para hacer crecer su universo narrativo. Aún así no todos los mundos son iguales, depende de la esencia de cada videojuego y del género al que pertenezcan. Por ejemplo, no es lo mismo el universo de Fallout¹¹, en el que si un NPC o personaje muere durante la partida ya no volverá a aparecer a no ser que reinicies tu historia, que el de Grand Theft Auto¹², el cual se regenera cada vez que iniciamos una partida.

También es importante diferenciar los dos tipos de mundos que se crean con las narrativas transmedia. Por una parte, tenemos el mundo transmedial ficticio original y el que la comunidad va engrandando con sus propias creaciones y que engloba todos los elementos irreales creados por ellos, y por otra parte tenemos el propio mundo transmedial confeccionado con todos los medios utilizados para desarrollar la narrativa. A modo de resumen, no hay que confundir el mundo de las creaciones argumentales con el de la ecología de medios real.

Como ya hemos dicho anteriormente, los mundos narrativos difieren según el tipo de género del videojuego al que estemos jugando. Aún así. Hay espacios comunes que todas las historias tienen en común por el simple hecho de ser eso, videojuegos. El usuario dispone de una zona de confort o base en la que entre otras acciones puede guardar la partida, conectarse a los servidores del juego, cambiar su apariencia, elegir equipo, etc. El mapa que el jugador ha de explorar está formado por diferentes secciones. Hay zonas intermedias que sirven de introducción a otras más importantes para el arco argumental, en estos tramos hay elementos coleccionables y enemigos de bajo nivel que sirven para mantener atento al jugador hasta llegar a su destino.

¹¹ Fallout (Versión 2. 12, 2008) Bethesda Softworks.

¹² Grand Theft Auto (Versión 1. 10, 1999) Rockstar Games.

Otras localizaciones son las pertenecientes a los enemigos más destacables o como se les suele denominar jefes finales. Estas zonas se caracterizan por tener secretos escondidos como amplificadores temporales de habilidades o elementos de coleccionismo además de los propios enemigos, que suelen ser los más peligrosos de todo el videojuego. Algunos ejemplos de mundos narrativos clásicos en la industria del videojuego pueden ser Doom¹³, Pokémon¹⁴, Fable¹⁵ o Max Payne¹⁶.



Figura 1. Diferenciación de los dos mundos transmediales.

¹³ Doom (Versión 2. 14, 1992). Id Software.

¹⁴ Pokemon Green (Versión 3. 17, 1996). Nintendo.

¹⁵ Fable (Versión 1.16, 2005). Lionhead Studios.

¹⁶ Max Payne (Versión 2. 21, 1999). Remedy Studios.



Figura 2. Nivel final de Max Payne 3 en el que se nos da información sobre su mundo.



Figura 3. Unos de los hogares del usuario en Fable II.



Figura 4. Nivel intermedio de Doom para llegar a la parte final de la misión.

a. De consumidores a prosumidores

La gente es la parte esencial para que una historia no caiga en el olvido. Su esfuerzo por conservarlas y ampliarlas es la base de las narrativas transmedia, las cuales son un tipo de relato que apremia el trabajo de los seguidores como ningún otro. Para que esto suceda, los consumidores han de transformarse en prosumidores, o sea, en seguidores que no solamente consuman una determinada historia, sino que también creen su propio contenido a partir del original para hacer crecer el mundo narrativo que tanto quieren.

Las productoras cinematográficas y las desarrolladoras de videojuegos son conscientes de esto y ya es habitual ver como emplean una estrategia de fidelización para crear una base fiel de seguidores que siempre estarán ahí pase lo que pase. Tener estos pilares es un valor doble, pues te aporta una cantidad mínima e insoluble de fans de tu marca y una publicidad asegurada ya que serán los primeros que hablen bien de tus productos usando el boca a boca con otros posibles seguidores potenciales.

Para realizar esto, las marcas inician un proceso de *engagement*¹⁷ mediante promociones y acciones basadas en la opinión de sus consumidores y de aquellos

¹⁷ Capacidad de atracción a una marca

compradores potenciales. Al vivir en un entorno mediático se hace casi necesario la actividad en redes sociales para conseguirlo, de hecho, suele ser la mejor manera para atraer a la gente más joven, que normalmente suele ser el sector de la población más vulnerable a la manipulación. Estas acciones transmediales están estrechamente relacionadas con la necesidad que tienen de crear prosumidores, puesto que si desarrollas un videojuego te interesa que tu comunidad lo mantenga vivo tiempo después de su lanzamiento.

Refiriéndonos puramente a la industria de los videojuegos son muchas las acciones que desarrollan las desarrolladoras para atraer nuevos jugadores y mantener a los que ya tienen. Podemos poner como ejemplo a Electronics Arts con su franquicia deportiva FIFA¹⁸ ya que tiene un segmento potencial de la población muy marcado, concretamente el de las personas de entre 9 a 18 años. Para ello, sortean cartas de jugadores para su *Fantasy Mode*¹⁹ y regalan su videojuego anual a aquellos influencers, youtubers e instagramers para que lo jueguen en directo. También podríamos extrapolar este ejemplo a los videojuegos *Battle Royal*²⁰ actuales como PUBG²¹ o Fortnite²².

A veces puede suceder lo contrario, que cuando más inversión se realiza en este sentido más sentimientos contradictorios puede producir en los jugadores y eso significa menos actividad de los prosumidores de tu videojuego. Otros no lo necesitan puesto que basta con renombre o prestigio para agrupar a generaciones de seguidores, como por ejemplo Final Fantasy²³, Metal Gear²⁴, Mario Bros²⁵ o Halo, del que hablaremos más detenidamente en la segunda parte de este trabajo.

La ecología de medios ha otorgado a las personas las herramientas mediáticas necesarias para iniciar un periodo de empoderamiento cultural que ha provocado la centralización de la estrategia de las empresas del sector. Todo gira entorno a mejorar la experiencia final del usuario y a crear un proceso de aprendizaje y fidelización de este

¹⁸ FIFA (Versión 1. 11, 1993). Electronic Arts.

¹⁹ Modo de juego de azar online

²⁰ Modo de juego masivo que enfrenta a los jugadores entre sí

²¹ PlayerUnknown's Battlegrounds (2. 12, 2017) Bluehold.

²² Fortnite (Versión 3. 10, 2017). Epic Games.

²³ Final Fantasy (Versión 1. 12, 1987) Squaresoft.

²⁴ Metal Gear (Versión 1. 18, 1987) Konami.

²⁵ Mario Bros (Versión 1. 11, 1985) Nintendo.

que le anime ha dar un paso al frente y ser quien desee ser y cree todo aquello que anteriormente nunca pudo realizar. Es en la actualidad cuando a las desarrolladoras de videojuegos más les interesa que sus seguidores sigan creando propio dentro de sus límites establecidos.

Este proceso de reconversión progresivo no ha surgido de la nada, es una transformación que se está acentuando en las nuevas generaciones de consumidores de cultura con aspiraciones artísticas. Prueba de ellos son los medios digitales o la mediatización de su comportamiento, basado principalmente en la compartición digital de su actividad social. Como ya hemos dicho anteriormente, este es un empoderamiento cultural que solo funciona con el esfuerzo colectivo, y de ello nace una comunidad de usuarios prosumidores que ya no temen mostrar al mundo sus trabajos, sino que ahora se les recompensa por su creatividad y atrevimiento. Esa es la esencial de la transmedialidad de las nuevas narrativas digitales.

Esta evolución en la sociedad moderna es una consecuencia de la transformación social que nuestro modelo occidental de comportamiento está viviendo. Las deficiencias de la globalización y del capitalismo, así como la cultura de la individualización, está comenzando a cojear y cada vez es más fácil de reconocer. En detrimento de esta ideología, las teorías socialistas y su entendimiento de la colectivización de los medios están siendo asimiladas de una manera más práctica que teórica por las nuevas generaciones de usuarios, los cuales no conciben un proceso de creación creativo sin la ayuda de los demás. El trabajo y el apoyo en grupo es esencial para llegar a su meta.



Figura 5. Fan customizado como Gerarld de Rivia de la saga The Witcher.



Figura 6. Mod realizado por la comunidad para vestirse como Darth Vader en Fallout.

b. Los videojuegos transmediales en la sociedad mediática.

La casualización de la industria del videojuego ha provocado que las desarrolladoras hayan cambiado su estrategia de marketing de cara a los jugadores. Esta decisión provoca los mensajes que estas empresas crean vayan directo a este sector de la población *gamer*, la cual se caracteriza por decantarse por aquellos videojuegos con poco contenido narrativo y mecánicas simples y competitivas. Las redes sociales y los canales de *streaming* se han convertido en los canales de referencia para las desarrolladoras. La comunicación digital no es la misma para cada red social, por lo que es necesario conocer a tus seguidores y por qué se caracterizan.

Empezaremos por Instagram, la red social que más nuevos usuarios registra diariamente junto a Facebook, la cual también es de su propiedad. Las desarrolladoras utilizan este medio para contenido audiovisual en forma de imágenes, videos e historias, sobre todo de historias. En este sentido se crea contenido especializado en forma de juegos con acertijos, compartición de artículos de prensa, valoraciones positivas de sus videojuegos, ofertas y *streamings* de eventos y ferias de la industria. También se promocionan los *cosplays*²⁶, dibujos y conceptos artísticos.

En esta estrategia, Twitter tiene una función de *engagement* diferente a Instagram. Prácticamente todo el contenido que se crea es en forma de tuits humorísticos y coloquiales que tienen como objetivo atraer al público más indie. Suelen organizar sorteos mediante retuits y juegos con montajes o memes, dejan una imagen especialmente preparada para que sea modificada por sus seguidores. También reproducen eventos en directo relacionados con el lanzamiento de sus trabajos y mensajes misteriosos con el objetivo de crear expectación entorno a una noticia que quieran anunciar.

Facebook es una fusión comunicativa de las dos redes sociales nombradas anteriormente. El contenido que predomina son los videos, montajes, recopilaciones y prácticamente cualquier pieza audiovisual de interés para su comunidad, como, por ejemplo, un *making off*²⁷ o un videoclip de su BSO. Youtube es una extensión de todas las redes que ya hemos nombrado, pero este canal podemos encontrar vídeos que no podemos visualizar en ningún otro, como todos los *teasers*, *trailers*, convenciones, parodias y promociones publicitarias. Debido a políticas de comunicación, los vídeos

²⁶ Arte de imitar a personajes ficticios mediante el disfraz

²⁷ Proceso de creación de una pieza audiovisual

suelen subirse a Youtube y a Twitter de manera simultánea, pero no sucede lo mismo con Facebook.

La casualización²⁸ del sector de los videojuegos ha sido un proceso iniciado por una gran cantidad de nuevos jugadores. Las nuevas generaciones de usuarios muestran una preferencia más marcada por videojuegos online como *Battle Royals*, *MMORPGs*²⁹ o *Free to Play*³⁰. Mientras tanto, los productos para usuarios de corte más hardcore, o sea, jugadores que buscan desafíos y videojuegos de una dificultad evidente, escasean y cada vez tienen menos apoyo por parte de las desarrolladoras.

Esto se debe a la gran cantidad de tráfico digital que generan los videojuegos casuales por encima de los hardcore, siendo estos los más jugados y comprados siempre. El mercado digital también está empezando a igualarse al físico, los jugadores se están decantando por comprar videojuegos en plataformas digitales como Steam, Origin, Playstore o Xbox Market en lugar de acudir a una tienda física especializada en la industria. Este paso de lo tradicional a lo moderno afecta directamente a la comunicación de las desarrolladoras, por lo tanto, queda justificado que utilicen los medios digitales.

El público casual pertenece a un *target* de la población de entre 12 y 18 años, un sector de la población que ha crecido en una sociedad mediatizada y muy audiovisual. Redes sociales como Youtube o Instagram son los medios más utilizados por ellos, y precisamente son estos los que las desarrolladoras emplean más trabajo, para crear un proceso de *engagement* efectivo. Podríamos decir que las estrategias que emplean estas empresas están basadas en un simple cambio generacional de jugadores, que no tiene porque ser mejor o peor que las anteriores, simplemente tiene sus peculiaridades.

Las desarrolladoras, a la hora de promocionar el lanzamiento de un producto, intentan que tantos los compradores asegurados como los potenciales estén presentes en todas las redes sociales a su disposición. Para ello generan contenido diferente para cada medio con el objetivo de enriquecer el mundo narrativo del videojuego antes de que vea la luz en el mercado. El periodo de reservas es una característica de esta nueva generación de videojuegos que se ha popularizado bastante en comparación al pasado. Los alicientes para reservar un videojuego casual suelen basarse en elementos online como *skins* para

²⁸ Videojuegos pertenecientes a un corte de jugador más básico

²⁹ Videojuego multijugador masivo en línea

³⁰ Videojuegos caracterizados por su gratuidad

nuestros avatares, kits y armas exclusivas, *DLCs*³¹ o merchandising en forma de bandas sonoras en formato físico o libros con conceptos artísticos del producto.



Figura 7. Fortnite se ha convertido en uno de los juegos casuales más jugados.



Figura 8. Alicientes de reserva para el usuario para el juego Splinter Cell.

³¹ Extensiones o complementos de videojuegos

c. Derechos de autor en la transmedialidad

Si por algo se caracterizan las narrativas transmedia es por el trabajo colectivo y la creatividad de las obras que la comunidad confecciona a partir del universo ficticio original. Un universo ficticio que ha sido diseñado con esfuerzo y trabajo por otro equipo de personas, esto significa que hay unos derechos de propiedad intelectual de por medio que, de manera muy justa, determinan que no se pueden utilizar o modificar el trabajo de terceras personas con o sin motivos de lucro a no ser que las personas propietarias lo autoricen.

El fenómeno *fanmade*³² se ha disparado en los últimos años gracias a la evolución de la sociedad mediática y de la ecología de medios. Los trabajos artísticos realizados por las comunidades de seguidores a partir del material de las productoras y desarrolladoras han aumentado exponencialmente, al igual que las demandas por ello. Incluso en los videojuegos, algunos estudios independientes o programadores y diseñadores *amateur*, han desarrollado mods y remakes propios a partir de otros videojuegos ya registrados para posteriormente ponerlos a la venta en formato digital. Obviamente, estas empresas se han dado por aludidas y en muchas ocasiones no se ha permitido que estas obras salieran a la luz.

Aún sabiendo que legalmente estos artistas, que en muchas ocasiones dedican su tiempo a trabajar sin ánimo de lucro, no pueden apropiarse de una idea ajena sin el permiso del autor para modificarla y promocionarla, lo siguen haciendo. De hecho, muchos trabajos realizados por fans han acabado teniendo una calidad superior a las obras profesionales realizadas por las desarrolladoras. Este hecho levanta ampollas entre las empresas ya que, queramos o no, siempre estará presente un resquicio de orgullo personal y de prestigio pues no diría nada bueno de ellas que un artista *amateur* ha superado su trabajo.

Sabiendo todo esto, ¿cuál es la solución a este problema? Bueno, es cierto que legalmente no puede apropiarte de una idea que no es tuya, pero ¿cuál es el beneficio real para el fan? Realmente siempre será inferior al que la empresa recibirá con su trabajo, en la mayoría de las ocasiones, gratuito, ya que hablamos de una publicidad de calidad que la empresa se ahorra de sus gastos. Por lo tanto, parece obvio que aprovechar la pasión

³² Colectivo de seguidores

de los fans para ganar más dinero y presencia es más potente e inteligente que llevar a rajatabla las leyes en este caso.

Ya conocemos el derecho a reclamar de las empresas propietarias, pero no el del artista que deja parte de su tiempo para trabajar sin incentivos económicos y con menos medios a su disposición para ello. Si la desarrolladora decide no demandar a estos artistas porque por voluntad propia o por imposibilidad de controlar todo el tráfico de este tipo en redes, se estará ahorrando uno o varios sueldos, lo que significa más beneficios a cambio de la fuerza de trabajo de una persona.

Al parecer, hecha la ley, hecha la trampa. ¿Por qué dejaría una empresa vulnerar por terceros sus derechos de propiedad intelectual? Porque, pese a que podría recurrir y denunciar, consideran que esa infracción les puede ser beneficiosa a largo plazo en forma de presencia en medios que de otra manera no podrían cubrir todo lo que quisieran. Hay ocasiones en las que ni siquiera hace falta esperar a que la comunidad decida por sí misma editar un trabajo ya que es la propia empresa la que mediante la gamificación en redes sociales alienta al *fanmade* a trabajar por ella.

A veces, el fenómeno de la globalización que tantos años lleva entre nosotros, no nos deja observar con detalle las partes oscuras de la expansión de la ecología de medios en cuanto a estrategias transmedia se refiere. Recordemos que hay dos elementos esenciales en estas narrativas, los medios y la comunidad, y la comunidad está formada por personas con derechos y pasiones que disfrutan siendo prosumidores para las sagas que más les llenan. Teniendo esto en cuenta, moral y éticamente las empresas deberían adaptarse y modernizarse a los tiempos en este sentido.

Es cierto que en el campo de las narrativas transmedia existe de por sí una cultura de la participación que es la causante del crecimiento del mundo narrativo transmedial, pero se debe dejar paso a una cultura de la explotación a costa del trabajo de otros basándose en la compartición de cultura. Esto debe salir de la propia voluntad de la persona que decide emplear su tiempo en hacer ver a la comunidad a la que pertenece su pasión y talento para plasmar su visión y manera de entender esa narrativa a su manera. De otra manera, sería un entendimiento erróneo del proceso de las narrativas transmedia.

Ciñéndonos a la industria de los videojuegos, han existido creaciones en forma de mods, extensiones, parches y remakes de manera *amateur* por parte del trabajo del *fanmade* que ha llegado a rivalizar en cuanto a calidad se refiere a los trabajos originales.

Uno de los casos más llamativos y actuales ha sido el *remake*³³ de Resident Evil 2³⁴ realizado por fans utilizando medios mucho más limitados que los de una gran desarrolladora.

Resident Evil 2 Reborn salió a la venta en plataformas digitales de la mano de la desarrolladora independiente Invader Games, pero por desgracia, Capcom, la desarrolladora que tiene los derechos de la saga Resident Evil, pidió expresamente en el año 2015 la eliminación de este videojuego debido a que ella también estaba desarrollando un *remake* del videojuego original publicado en el año 1998. Capcom les invitó a los fans a sus oficinas centrales para pedirles que lo retiraran por la razón que ya hemos nombrado anteriormente e Invader Games lo retiró del mercado por unas presiones que la desarrolladora nipona nunca admitió.

Otro caso que por suerte terminó de mejor manera es el mod Fallout; New California creado a partir del videojuego Fallout: New Vegas de la desarrolladora Bethesda Studios. Esta expansión creada íntegramente por un estudio independiente pretende ser una de las expansiones más ambiciosas en la historia de los *RPG* y verá la luz en el año 2018. La historia nos sitúa en el mismo entorno y lugar que la historia original y supone una continuación del argumental principal de esta. Se han creado 16.000 líneas de diálogo nuevas, más armas, personajes, misiones secundarias y centenares de localizaciones sin explorar. Como curiosidad, se prevé que, para el mes de octubre del año 2018, fecha en la que se anunció que estará disponible en plataformas digitales, también se pondrá a la venta el videojuego Fallout 76, también de la mano de Bethesda.

Por el contrario, existen otros videojuegos que su *lore*³⁵ o motor jugable se basa en precisamente eso, en las creaciones propias de la gente como si de un mod independiente se tratase. Juegos como Minecraft³⁶, Los Sims³⁷ o Terraria³⁸ entre otros, nos obligan a pensar y a construir nuestro pequeño mundo narrativo con unas herramientas que, a medida que vayamos mejorando nuestro nivel, serán cada vez más potentes. En el caso de Minecraft, desarrollado por la desarrolladora Mojang AB, nos propone crear nuestro propio mundo a partir de elementos naturales como plantas,

³³ Repetición en realización de un producto audiovisual

³⁴ Resident Evil 2 (Versión 1. 13, 1998) Capcom.

³⁵ Esencia de un videojuego

³⁶ Minecraft (Versión 1. 12, 2012) Mojang AB.

³⁷ Los Sims (Versión 2. 21, 2000) Electronic Arts.

³⁸ Terraria (Versión 1.2. 5. 4, 2011) Re-Logic.

semillas, madera, piedra, rocas, lana y prácticamente cualquier elemento que habitable en la naturaleza.

Los *streamers* o jugadores que emiten en directo sus partidas, enseñan sus mundos vivos a sus seguidores, el cual puede ser visitado por cualquier otro usuario si el constructor así lo permite. Existen diferentes mapas en los que empezar a construir, pero el principal, que se asemeja a un paisaje verde norteno de cielo despejado, es el preferido de los jugadores para desarrollar sus mundos personalizados. En cada uno de ellos existe una fauna y vegetación diferente que pueden ser utilizados por los usuarios para recolectar diariamente elementos base para seguir construyendo.



Figura 9. Residente Evil Reborn, el *remake* de fans realizado por sus fans.



Figura 10. Imagen de la expansión Fallout New California desarrollado por el fanmade.



Figura 11. Minecraft, uno de los juegos que más apoya las creaciones de los jugadores.

3. El caso Halo

Podríamos haber elegido muchas otras narrativas transmedia nacidas a partir de un videojuego, así que, ¿por qué esta? Principalmente por su enorme valor cultural y por la gran cantidad de contenido que sus seguidores han ido creando a lo largo de estos años. Desde que Bungie Studios creó la marca se formó una enorme expectación alrededor de esta aventura de ciencia ficción. Apple tenía atada su exclusividad en su sistema, pero una Microsoft liderada por la voluntad de Bill Gates por introducirse en la industria de los videojuegos la adquirió. Fue la baza principal de la marca de Seattle para luchar contra su dura competencia.

En aquella conferencia E3 del año 2001, las personas asistentes que pudieron disfrutar del primer tráiler en vivo de Halo: Combat Evolved vieron una versión algo temprana de lo que iba a ser el primer juego de la saga espacial. El argumento inicial era bastante parecido al de la película Alien, en la que unos marines descubrían un planeta en forma de anillo en el que debían luchar contra una raza alienígena por sobrevivir y para poder salir del artefacto extraterrestre.

Por fortuna, el argumento varió con el tiempo y tomó un sentido más creativo y fresco que el original. Se mantuvo el arco argumental de la supervivencia humana en un mundo desconocido, pero esta vez el protagonista iba a ser un soldado genéticamente modificado que se convertiría con el paso de los años en un personaje icónico en la cultura de los videojuegos: el Jefe Maestro. Tenía todas las características para ser el héroe perfecto para cualquier jugador, era valiente, decidido, fiel, humano y, sobre todo, y no menos importante, porque llevaba un casco que ocultaba su identidad, por lo que todos sus fans se veían a ellos mismo bajo su yelmo futurista.

En esta ecuación de naves espaciales y de mundos desconocidos nos falta una pieza clave, la raza alienígena que pretende destruir a los seres humanos. El Covenant o El Pacto es un colectivo religioso de distintas razas de la galaxia unidas bajo un mismo objetivo: la realización del Gran Viaje. Estas conjeturas bíblicas son realizadas por tres profetas, Verdad, Pesar y Piedad, los cuales envían a todos sus fanáticos en busca de los anillos terrestres denominados Halo. Estos mundos circulares fueron construidos por los Forerunners, una antigua raza alienígena que creó estos anillos como armas capaces de explotar con un alcance de millones de años luz.

Los humanos, encabezados por el Jefe Maestro y Cortana, su Inteligencia Artificial personalizada, descubren el verdadero sentido de estos artefactos. El Gran Viaje es una farsa y el Covenant no es consciente de ello, por lo tanto, si un Halo fuese activado su explosión acabaría con todas las formas de vida existentes en millones de años luz a la redonda. Pero queda una incógnita, ¿por qué se crearon? Para contener un antiguo virus que acabó con los mismísimos Forerunner, los Flood.

Los Flood es una raza alienígena parasitaria que se adhiere a cualquier huésped, independientemente de su raza o composición molecular, y lo convierte en un zombi que obedece las órdenes del parásito. El Pacto libera a los Flood en Halo y esto sería la perdición para todas las razas vivientes, pues ya no solo existía el peligro de que consiguieran llevar a cabo el Gran Viaje y matar a millones de seres vivos, sino que ahora también se había liberado un virus contra el que los protagonistas de esta historia tendrían que luchar para que no se propagase.

Esta es el argumento principal que Bungie Studios planteó a la comunidad *gamer* a principios de siglo y con el que consiguió atraer a millones de personas alrededor del mundo. Los años fueron pasando y el estudio responsable de la creación de una de las franquicias de mayor éxito de la historia decidió tomar un nuevo rumbo. Quería ir más allá de Halo y crear una nueva IP³⁹ que, a diferencia de Halo, iba a ser multiplataforma para los demás sistemas. Microsoft puso en manos en 343 Industries, la nueva desarrolladora responsable de la saga, todas sus esperanzas para que la franquicia no decayera con el cambio de equipo.

Su primera obra fue Halo 4 y ya se planteó un cambio en la saga que no gustó del todo a los fans acérrimos a la serie que venían jugando desde el 2001. Desde el punto de vista jugable perdió ciertas mecánicas que habían sido santo y seña de la saga por muchos años y que había influido en otras obras jugables, y desde el punto narrativo se mostró continuista respetándola historia original, pero enfocándola desde otra perspectiva. El Jefe Maestro y Cortana, tras desactivar los anillos y destruir a los Flood y al Covenant, descubren un planeta que había estado oculto durante siglos. Se trata de un planeta Forerunner a los cuales se les creía extinguidos. Más tarde se toparán con los Prometeos en este mismo planeta, los cuales pasarían a ser los nuevos enemigos principales.

³⁹ Una franquicia basada en los videojuegos

a. Videojuegos

Halo: Combat Evolved

Probablemente el episodio más importante de toda la historia de la franquicia pues construyó los cimientos jugables y narrativos de la saga durante los años siguientes. Bungie presenta al espectador por primera vez a los protagonistas de esta historia: al Jefe Maestro, a Cortana, al Sargento Johnson, a El Monitor y al Comandante Keyes. La mecánica era muy pasillera⁴⁰, propia de los *shooters*⁴¹ de aquella época, pero tenía un elemento *sandbox* que lo distinguió en seguida de los demás productos del mercado. Había algunas partes durante el desarrollo de la historia en las que podías explorar unos paisajes ricos en detalles y en profundidad. Además, existía la posibilidad del juego cooperativo para poder compartir tus experiencias con otro jugador.

Pese a que todavía no existían las redes sociales y la vertiente online en videoconsolas todavía no era óptimo, la comunidad de Halo formada por fans de los *FPS* y de las historias de ciencia ficción, era destacable y cada vez más grande. El multijugador permitió a muchos jugadores conocer a otras personas con sus mismas inquietudes, lo que resultó ser caldo de cultivo para algunas de las creaciones independientes más importantes que verían la luz posteriormente. Como, por ejemplo, la serie *machimind*⁴² Red vs Blue, que sería reconocida por la crítica y por el público como una de las creaciones narrativas más originales creadas a partir de un videojuego de las que se recuerdan.



Figura 12. Halo: Combat Evolved marcó un antes y un después en los videojuegos.

⁴⁰ Videojuegos caracterizados usar entornos cerrados como pasillos

⁴¹ Videojuegos basados en la acción mediante disparos y armas de fuego

⁴² Técnica cinematográfica para crear vídeos mediante técnicas de animación.

Halo 2

En el año 2004 salió a la venta una de las secuelas más esperadas de los últimos, y estuvo a la altura de las expectativas que prometía. La lucha del Jefe Maestro contra el Covenant seguía y con ella un argumento más adulto y variado, el cual nos presentaba a El Inquisidor, uno de los nuevos protagonistas que llegaría para quedarse. Además, hizo acto de presencia Gravemind, un nuevo villano que representaba a la raza de los Flood y que acabaría por controlar la historia por completo.

Las herramientas que tenía la comunidad para realizar sus propias creaciones con mapas multijugador aumentaron y las comparticiones unieron a más jugadores que en la anterior entrega. Por primera vez en la saga se podía jugar a Halo en pantalla dividida a cuatro partes, esto permitió que los fans, de manera offline, pudieran compartir una misma experiencia a través de la pantalla. Todos estos detalles fueron importantes a la hora de definir el mundo narrativo que Halo en años posteriores, pues se estaban formando los cimientos de una narrativa transmedia convencional.

Para muchos usuarios, es esta entrega de la saga la que mejor ha tratado los arcos argumentales y la que definió de manera más precisa a los personajes que muchos fans adoran hoy en día, los cuales son objeto de muchos *cosplays* que se pueden ver en convenciones, conferencias y en redes sociales. Originalmente el videojuego iba a ver la luz en el sistema Xbox 360 en lugar de en Xbox Original.



Figura 13. Halo 2 llegó a disputarle el puesto a Halo por la mejor parte de la saga.

Halo 3

Probablemente el capítulo más esperado de la historia de la franquicia, el desenlace a una de las epopeyas espaciales más laureadas y queridas de la historia de los videojuegos. Era el estandarte y la razón principal para que uno se comprara la nueva consola de Microsoft, la Xbox 360, la cual, pese a salir al mercado con ciertos problemas técnicos, se convirtió en la segunda consola más vendida en aquella generación solo por detrás del sistema Wii de Nintendo. Este juego fue el responsable de que muchos jugadores compraran aquella consola en el año 2007, tres años después de Halo 2.

La historia continuaba directamente a la de su anterior entrega, la cual finalizó con un famoso *cliffhanger*⁴³ que hoy en día sigue dividiendo a sus fans, pero que fue el escenario ideal para mantener la expectativa durante años. El Jefe Maestro debe buscar a Cortana, que se quedó atrás junto a Gravemind, mientras desactiva los demás anillos Halo y extermina a los Flood antes de que lleguen a la Tierra. A nivel jugable seguía la fórmula vista en las anteriores entregas, pero esta vez añadía una serie de gadgets y accesorios para el jugador que actuaban como potenciadores de las habilidades que él quisiese mejorar.

La parte más destacable de este videojuego no estaba en su vertiente offline, sino en la online, la cual marcaría un antes y un después con el novedoso modo Forge. Esta novedad ponía al jugador en un mapa virgen con la posibilidad de moldearlo a su manera incluyendo los objetos que quisiera. Los servidores de Halo 3 se llenaron de auténticas genialidades en este sentido, desde circuitos para correr carreras de coches hasta recreaciones de las escenas de cine más famosas de la historia. Bungie también dio la posibilidad al usuario de capturar y grabar las misiones de la campaña que iba realizando, por lo que las posibilidades de compartición aumentaron considerablemente en comparación a la anterior entrega.

Este hecho es muy importante puesto que definió por completo el universo de la franquicia y creó una cultura de trabajo colectivo con los mapas multijugador que daría la posibilidad a los jugadores de crear sus propias narrativas. Este es uno de los elementos principales que caracterizan a las narrativas transmedia y que mejor definiría a la saga Halo. A partir de esta entrega, la comunidad alcanzó su mayor auge en cuanto a jugadores

⁴³ Técnica narrativa que modifica de manera sorpresiva el argumento inicial al final de una historia

en activo se refería y era bastante sencillo realizar una partida de Matchmaking o jugar los demás modos, como, por ejemplo, jugar la campaña principal de forma cooperativa.



Figura 14. Halo 3 supuso el final de una trilogía histórica.



Figura 15. Imagen de un usuario creando su propio mundo en el modo Forge.

Halo 3: ODST

Después de la conclusión de la trilogía original, Bungie desarrolló Halo 3: ODST, que supondría el primer spin-off de la saga. El videojuego nos pone en la piel de un grupo de marines especiales denominados Tropas Especiales de Descenso Orbital u ODST, los cuales descienden en Nueva Mombasa durante los sucesos ocurridos entre Halo 2 y Halo 3. Al tratarse de simple marines, o sea, de humanos y no de supersoldados, las habilidades del jugador son limitadas y detalles como el daño recibido por el enemigo es mucho más realista que antes.

Con la campaña principal también venía otro disco extra con más mapas para la vertiente online, que seguía mejorando la experiencia del mundo Forge de Halo 3. Además, Bungie y Microsoft ya estaban promocionando Halo Reach, el siguiente capítulo de la saga que vería la luz ese mismo año. El sistema narrativo se renovó y volvió a la esencia de Halo 2 en el que la historia se dividía en dos y el usuario podía vivir la historia desde dos puntos de vista. En este caso, como jugador veías a través de los cuatro miembros del equipo ODST en diferentes momentos del descenso a la Tierra hasta que al final del día las cuatro narraciones coincidían en tiempo y espacio en una sola línea temporal.



Figura 16. El Novato, el primer protagonista jugable humano de toda la franquicia.

Halo Reach

La primera precuela de la serie y una de las entregas más valoradas de toda la saga. La historia nos narra la épica resistencia spartan en Reach, un planeta colonizado por la raza humana, para salvarlo a él y a sus habitantes. Esta vez volvíamos a los orígenes y el jugador se enfundaba de nuevo el traje de un supersoldado, pero esta vez no era el Jefe Maestro, sino el de Noble 6. Noble es el nombre en clave del último equipo de Spartans supervivientes en Reach, los cuales son la última arma de la UNSC, el Comando Espacial de las Naciones Unidas, contra el Covenant, que tiene como objetivo destruir la actividad humana en el planeta.

Su sistema narrativo era parecido al que ya se vio en Halo 3: ODST siguiendo las vivencias de todos sus componentes durante el último día de la invasión alienígena en Reach, la cual sería devastadora y obligaría al Pillar of Autumn, la nave en la que viaja el Jefe Maestro, a huir hacia el primer Halo del videojuego original. La faceta online de esta entrega obtuvo muy buenas críticas y hoy en día se le compara con el de Halo 3 en cuanto a calidad y dinamismo se refiere. En cuanto al apartado artístico supuso un cambio evidente en la franquicia puesto el planeta Reach, inspirado en los paisajes neozelandeses, es muy distinto a la geografía de los anillos forerunners y de la Tierra.

Este sería el último trabajo de Bungie Studios dentro de la saga Halo antes de dejarla en manos de 343 Industries, con la que el rumbo de la franquicia cambiaría.



Figura 17. Halo Reach, el último trabajo de Bungie Studios para Microsoft.

b. Series

Forward Unto Down

343 Industries, tras asumir el nuevo papel de desarrolladora principal en la saga, tomó una nueva estrategia comercial y narrativa basada en la transmedialidad, y el primer resultado de esta decisión fue realizar la miniserie Forward Unto Down. Se trata de una serie de cuatro episodios que narra el servicio militar de cuatro cadetes de la UNSC en la Tierra que, durante su entrenamiento, se enfrentan a un ataque de El Covenant. La presencia del Jefe Maestro se produce al final del último episodio y es el responsable de salvar al mayor número de personas de la base militar en cuestión, incluido a los cuatro cadetes.

Este capítulo del universo Halo tiene poca relevancia con los hechos que se narran en los videojuegos, el cual se sitúa durante los sucesos acontecidos en Halo 4; simplemente sirvió para introducir al jugador de una manera diferente a la historia de la cuarta entrega. Este producto transmediático fue la respuesta de 343 Industries a los deseos de la comunidad de ver al Jefe Maestro en la gran pantalla, o por lo menos en televisión, y el resultado no fue del todo satisfactorio para ella. De hecho, la crítica no tuvo demasiadas buenas opiniones sobre la serie y ensalzó el trabajo de los seguidores con obras de mayor calidad realizadas de manera independiente y con menos medios.



Figura 18. La primera vez que vemos al Jefe Maestro en la pequeña pantalla.

Halo Nightfall

Al igual que con el lanzamiento de Halo 4, también se usó una estrategia transmedia en forma de serie para promocionar el lanzamiento de Halo 5. La historia nos narra la persecución del equipo Osiris, formado por Spartans de clase VI, al equipo Azul liderado por el Jefe Maestro, el cual va detrás de Cortana para averiguar su plan tras ser corrompida en la cuarta entrega de la saga. No se veía una campaña de este tipo desde Halo 2 ya que durante esta campaña el usuario toma el control tanto del Jefe Maestro como de Locke, spartan y líder del equipo Osiris.

La vertiente multijugador online de Halo 5, videojuego en el que se basa esta serie, ha tenido una gran acogida entre la comunidad. Por primera vez se ha apostado por el canal de *streaming* Mixer, propiedad de Microsoft para su sistema Xbox, para emitir en directo partidas competitivas entre jugadores de todo el mundo. Además, si un usuario participa en la actividad de Halo retransmitiendo desde su propio canal las partidas que juega, obtiene a cambio una serie de recompensas en forma de microcréditos para usar en la tienda virtual de Microsoft y de Xbox además de otras ventajas.

Es importante destacar este aspecto pues es un buen movimiento de Xbox para atraer jugadores con las mismas aficiones a un mismo medio, uno de su propiedad. De esta manera, son los propios usuarios los que se retroalimenta entre sí y hace crecer los universos originales de los juegos exclusivos de la consola de Microsoft.



Figura 19. Halo Nightfall se incluyó como aliciente por reservar Halo 5.

c. Libros

Las novelas gráficas del universo de Halo vieron la luz por primera vez en el año 2006 y a partir de aquel momento hasta la actualidad se han publicado un total de trece obras a lo largo de este tiempo. Las historias que se narran en estos libros están relacionadas directamente con los videojuegos de la saga, pero no son meras adaptaciones, sino que aportan mucha más información y profundidad de la que existen en las aventuras interactivas. Esta es una virtud propia de las narrativas transmedia, que utilizan más de un medio para desarrollar la narrativa de sus universos.

Halo: The Fall of Reach

Este libro escrito por Eric Nylund narra los hechos acontecidos durante la invasión y posterior caída de planeta Reach a manos de El Covenant. A diferencia del videojuego homónimo, en esta obra podemos saber más sobre las costumbres, la cultura y el folclore de los habitantes del planeta. También se nos detalla de una manera más profunda la relación y el pasado de los miembros del equipo SPARTAN-II.

Halo: The Flood

La siguiente obra es una adaptación de Halo: Combat Evolved, por lo que añade poco contenido que no se haya visto con anterioridad. Sí que existen situaciones, diálogos y localizaciones que no pueden ser jugadas ni visitadas por el usuario durante el videojuego.

Halo: First Strike

Se podría considerar a esta novela como la primera de su tipo en publicarse de manera totalmente ajena a los videojuegos. La historia nos narra los acontecimientos posteriores al final de la primera parte de la saga y antes del comienzo de Halo 2. Tras destruir el primer anillo, el Jefe Maestro y Cortana abordan la nave Ascendant Justice, en la que el Covenant tiene presos a varios spartans y a algunos marines. Los protagonistas descubren que la flota extraterrestre tiene como objetivo atacar la Tierra, pero por suerte su plan no llega a producirse gracias al Jefe Maestro y su equipo.

Halo: Ghosts of Onyx

Al igual que la anterior novela, esta también nos aporta una nueva historia alejada de los videojuegos en la que podemos vivir una de las tantas misiones secretas que el Jefe Maestro debe llevar a cabo durante el ataque de El Covenant a la Tierra durante Halo 2. En esta ocasión el protagonista deberá acceder a las profundidades de un antiguo planeta Forerunner llamado Onyx, en el cual habita un secreto antiguo capaz de ayudar a los humanos a ganar la guerra contra los invasores alienígenas.

Halo: Glasslands

La historia de este libro trata sobre las consecuencias del fin de la guerra contra El Covenant en Halo 3. Tras la caída de los Flood y de los Profetas, los Sangheili, la raza alienígena que había servido al Gran Viaje durante años, estaban ahora enzarzados en una guerra civil por el control de su pueblo. El Inquisidor y un grupo de científicos humanos de la ONI mediarán en el conflicto para evitar que la Tierra y la raza humana vuelva a involucrarse en una fatídica guerra. Es la primera vez que el Inquisidor hace presencia en una novela de franquicia, a partir de este momento será más frecuente verle en otras obras.

Halo: Cryptum

Estamos ante la precuela de la saga Halo más antigua, temporalmente hablando dentro del mismo universo ficticio, creada hasta el momento. El argumento nos desvela muchos secretos de la casi desconocida raza Forerunner y del nacimiento del Didacta, el que posteriormente sería el villano del Jefe Maestro en Halo 4. Además, se desvela que ciertos científicos de la ONI en la Tierra tuvieron contacto con el Didacta tras realizar su viaje al planeta azul, por lo que el usuario empieza a tener una perspectiva mucho más amplia y profunda de la historia de Halo, que no solamente se conforma la trama de los anillos.



Figura 20. Halo: Ghosts of Onix aportó mucho material narrativo inédito a la saga.



Figura 21. La figura del Jefe Maestro tiene una faceta más madura en los libros.

b. La comunidad de Halo

Medir cuantitativamente una comunidad de seguidores de, en este caso, un videojuego es una tarea muy ardua pues el filtro y el tipo de jugadores varía mucho según sus necesidades y motivaciones a la hora de expresar su pasión por un universo ficticio en concreto. Este tipo de fans ha ido cambiando a medida que la tecnología y las formas de jugar a videojuegos han variado. Hace años, cuando todavía no existía el juego competitivo online, el *fanmade* de un producto cultural se conocía mediante concentraciones en eventos offline dedicados al mundo geek.

Actualmente esto sigue ocurriendo y cada vez los seguidores son más fieles y acérrimos a una narrativa en concreto, por lo que es sencillo crear una comunidad base atraída mediante la fidelización de los usuarios. El juego competitivo online ha cambiado, con el tiempo, las reglas de las comunidades de seguidores; ya no solo existe la posibilidad de que puedas conocer a parte de esa comunidad en persona, sino que ahora, con conexión a internet y con una suscripción digital, puedes comunicarte y compartir contenido personalizado con cualquier jugador del mundo en las mismas condiciones.

Esto ha facilitado enormemente la globalización y el crecimiento exacerbado de los grupos de seguidores en todo el mundo, sobre todo alrededor de aquellos videojuegos que parecen que estén eternamente de moda. El caso de la franquicia Halo es uno de los casos más exponencialmente extremos de los que se hayan vivido en la industria de los videojuegos pues año tras año, y gracias a una novedosa estrategia transmedia, consigue el suficiente *engagement* para atraer a nuevas generaciones de jugadores. Las herramientas para que esto suceda se basan cada vez más en la vertiente online de sus entregas, las cuales gozan de un buen equilibrio entre juego individual y cooperativo.

Los *esports* han ayudado a que la comunidad de Halo haya crecido tanto. Los clubes dedicados a la competición online se han diversificado y participan en todos los modos de juego online que cada entrega dispone. Estos clubes están divididos por jerarquías de jugadores o por niveles de habilidad, los usuarios con mejor puntuación y reputación suelen ser los jugadores con más seguidores en redes sociales y en canales de *streaming*. Esto provoca un efecto de *engagement* hacia estos equipos y los convierte en importantes bazas a la hora de crear una estrategia para atraer a más gente para jugar.

Las páginas web oficiales de los videojuegos y los foros de estas ya no son suficientes para explotar al 100% la originalidad y la creatividad de los seguidores. Las redes sociales se han destapado como las auténticas herramientas aglutinadoras de seguidores para las marcas y sus productos, y es lugar en el que Halo tiene más relevancia. Hay muchas cuentas especializadas en esta franquicia las cuales crean contenido propio relacionado con sus videojuegos, libros y series. En este sentido, los memes en forma de imágenes y videos suelen ser las publicaciones que más comparticiones obtienen.

Instagram y Reddit siguen siendo las redes preferidas por de estos usuarios para compartir su pasión por la franquicia Halo, pero han sido los canales de *streaming* como Mixer o Twitch los que han reunido a miles de personas para ver jugar otros jugadores. Funciona de la misma manera que los videos en directo de Facebook, Instagram o YouTube, pero añadiendo un sistema de fidelización que funciona por puntos en el que cuanto más tiempo pasas dentro del servicio más créditos tendrás para canjearlos posteriormente en complementos y ventajas.

Como escribe Henry Jenkins en su obra “Fans, bloggers y videojuegos: la cultura de la colaboración” existe una denominada cultura de la colaboración que converge dentro de la cultura mediática en la que vivimos. 343 Industries proporciona plataformas a los seguidores de la saga para compartir sus capturas, grabaciones, conceptos artísticos o mapas multijugador con el resto de la comunidad para que esta se alimente y crezca a partir del esfuerzo colectivo de todos. Quizás este sea el punto que mejor habla del fanmade de la saga Halo, el sentimiento colectivo de pertenecer y haber jugado a una saga que ha evolucionado con los años entorno a ellos y que ha ido cambiando en función de sus preferencias generacionales.

Como ya hemos dicho con anterioridad, Halo 3 marcó el camino a seguir para cualquier videojuego del mismo tipo para entregar a los usuarios las herramientas necesarias para crear sus propias narrativas y entornos jugables colectivos para todos aquellos jugadores que lo quieran usar. Existe una especie de bien inmaterial que se va compartiendo entre usuarios y que no necesita de motivaciones económica u otros intereses parecidos para que la gente realice sus propias creaciones abiertas a los demás. Este es un principio básico de cualquier comunidad en las narrativas transmedia.



Figura 22. Las convenciones de Halo reúnen siempre a muchos fans de la saga.



Figura 23. Los *esports* le han dado otra dimensión al universo de la saga.

i. Obras destacadas

Muchos trabajos y obras suelen llegar de la nada, casi por casualidad, y de sin previo aviso se convierten en éxitos imperecederos. Eso es lo que le sucedió a Red vs Blue o RvB, una creación audiovisual en forma de *machimina* creada por la comunidad de Halo. La historia narra las vivencias de un grupo de spartans que se quedan atrapados en un planeta desconocido basado en el mapa multijugador principal de la saga. Todos ellos son jugadores distinguidos por armaduras azules y rojas, las cuales pertenecen a un modo de juego de la franquicia basado en misiones por equipos.

Lo que en un principio se ideó como un simple pasatiempo, acabó convirtiéndose en un producto audiovisual que tuvo una longevidad de once temporadas realizadas entre Halo: Combat Evolved y Halo Reach. Todos los personajes y sus guiones, así como sus papeles y personalidades, fueron evolucionando y mejorando a medida que la serie ganaba aficionados y apoyos por parte de la propia Xbox. De hecho, Microsoft utilizó posteriormente la fama de este *machimina* para promocionar aquellos productos relacionados con la saga como videojuegos, *merchandising* y otros elementos comerciales.

La producción de esta idea fue posible gracias a las herramientas de edición y creación que Bungie Studios proporcionaba a sus usuarios, los cuales dieron rienda suelta a su imaginación y aprovecharon cada resquicio de original que se les otorgaba. Por aquellos tiempos, en el de mayor auge de esta serie, costaba imaginar otra comunidad capaz de crear un producto de esta calidad puesto que ningún otro videojuego de su género ofrecía las posibilidades técnicas que la franquicia daba a sus usuarios. Por supuesto no habría sido posible sin la imaginación, el trabajo y el esfuerzo de los propios jugadores sin ninguna motivación económica.

Red vs Blue fue reconocida por la crítica en numerosas ocasiones valorando, sobre todo, su argumento y su gran sentido del humor. En cada capítulo de unos cinco y seis minutos de duración hace presencia alguna parodia relacionada con el cine bélico, satirizando de esta manera las situaciones más inverosímiles y poco realistas del cine. Cada personaje de la serie representa a uno de esos papeles perfectamente clasificados según su personalidad, por lo que es bastante sencillo reconocer las parodias cinematográficas. El estudio independiente responsable de la serie, Rooster Teeth Productions, se encuentra realizando más episodios actualmente.



Figura 24. Red vs Blue estaba formado por personajes interesantes tramas personales.



Figura 25. Hay un evidente *product placement* en todo lo que rodea a la franquicia.

ii. Medios de acción

Como ya se ha especificado con anterioridad en otro apartado de este trabajo, la comunidad de Halo está principalmente localizada en redes sociales, concretamente en Instagram, Twitter y Reddit. Bien es cierto que esta última, Reddit, no es una red social tal y como la conocemos, pero con el tiempo ha ido evolucionando y adquiriendo características de una red social convencional. Para conocer mejor a la comunidad de esta franquicia futurista, es necesario saber cuales son sus medios y qué caminos utiliza para crear y compartir su contenido con los demás jugadores.

Instagram es la red social que más crece a nivel mundial actualmente y gracias a ello, los usuarios de Halo han sabido aprovechar las virtudes de este medio digital. El contenido que más se produce son memes relacionados con los momentos más destacados de la saga. Las cuentas de fans dedicadas a los videojuegos de Halo también utilizan las historias de Instagram para realizar encuestas sobre los personajes favoritos de la comunidad, las entregas que más han gustado o algunos *cosplays* destacados.

Debido a la naturaleza de Reddit, el contenido que más se promociona en este medio es el contenido escrito de los usuarios. Podríamos decir que estos foros están hechos para la discusión y el debate de cualquier tema relacionado con la saga, desde rankings de los mejores y peores libros de la franquicia hasta críticas o valoraciones de las campañas de cada capítulo. Históricamente este es el medio más antiguo de todos los nombrados anteriormente, por lo tanto, los temas e hilos que se han ido desarrollando durante este tiempo son muy numerosos y son un reflejo del paso de las generaciones.

Twitter tiene una doble función para la comunidad en este caso, ya que aún las características de Reddit e Instagram en una sola y las adapta a su registro y lenguaje. Las cuentas de fans con más seguidores suelen seguir un modelo de comunicación parecido, la mayoría utiliza se comunica mediante un lenguaje coloquial y juvenil que conecta con un tipo de usuario alternativo e indie. Los jugadores profesionales de Halo y el staff técnico de Xbox dedicado a la saga también gozan de un número destacable de seguidores, pero en muchos de ellos el lenguaje varía en comparación a las otras cuentas independientes. En este caso abunda el lenguaje institucional coloquial y humorístico.



Figura 26. Las cuentas de fans dedicados a la saga abundan en las redes.

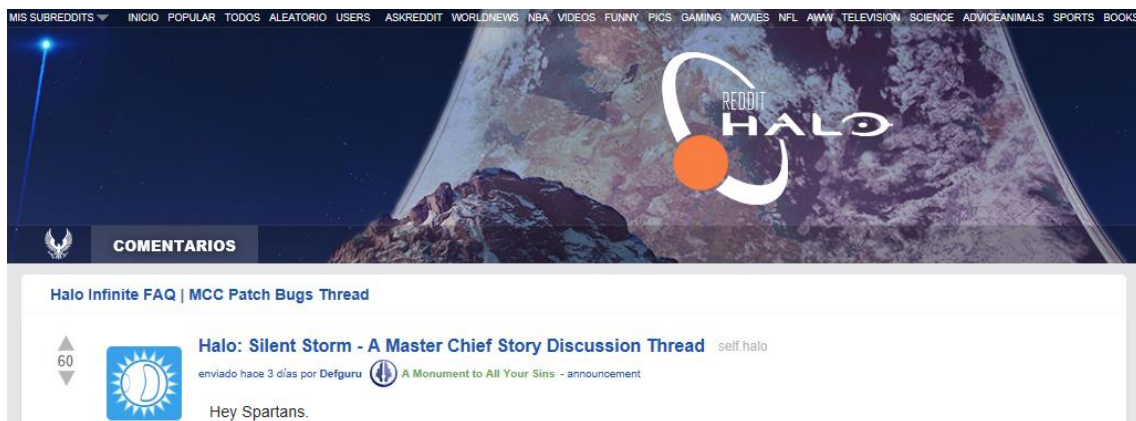


Figura 27. Los foros e hilos siempre acaban siendo donde más contenido se encuentra.



Figura 28. Instagram permite a los usuarios crear contenido muy diverso.

iii. El mundo narrativo de Halo

A lo largo de una franquicia como lo es Halo, han sido muchos los escenarios que sus usuarios han jugado. Si hacemos caso al anterior punto de este trabajo en el que hemos hablado sobre la concepción clásica que todos los videojuegos tienen en común sobre su espacio y de como los jugadores interaccionan con ellos, en el caso de esta franquicia llegamos a la conclusión que cumple con los requisitos que tendría un *sandbox*, pero no del todo, pues pertenece sobre todo al género *shooter*, concretamente a un FPS lineal.

La mecánica de este videojuego es sencilla, todos sus capítulos, exceptuando el spin-off de Halo Wars, tienen el mismo mecanismo motor de juego. El jugador ha de ir de un punto A a un punto B realizando tareas secundarias hasta llegar a la razón de la misión, por el camino podrá explorar unos espacios bastante amplios repletos de enemigos y de elementos de ayuda. Hay espacios para que el jugador pueda recomponerse obteniendo munición y sobrecargas de escudos, otros en los que NPCs o personajes creados por los propios algoritmos del videojuego genéricos hacen presencia e incluso zonas donde habitan huevos de pascua o secretos de los desarrolladores para que el jugador los descubra.

Las localizaciones que el Jefe Maestro, Locke o El Inquisidor, según al videojuego que tomemos como ejemplo, suelen de corte futurista y natural, visitando grandes naves espaciales, parajes naturales entre instalaciones militares o lugares abandonados donde una vez hubo vida. En este mundo narrativo son los anillos Halo los lugares más queridos por la comunidad puesto que han hecho acto de presencia desde la primera parte de la saga en el año 2001. Estos artefactos Forerunner son pequeños mundos en forma de anillos habitados por estructuras en la superficie y subterráneas que se conectan entre sí. Cada uno de estos tiene sus respectivas zonas con sus funciones, por un lado, tenemos la biblioteca que reúne las funciones vitales del anillo, también existe el cartógrafo que da información al usuario sobre la localización de la instalación, y finalmente la sala de control de Halo, en la cual se puede activar el proceso de destrucción de la instalación.

Al tratarse de un videojuego lineal, o sea, que las acciones del usuarios no van a cambiar el final de la historia, no podemos hablar que el universo de Halo pertenezca a un mundo vivo como el de otros videojuegos como Elder Scrolls, Fallout o Fable, pero sí que, gracias a sus elementos *sandbox* a la hora de explorar un gran terreno jugable,

podemos afirmar que de alguna manera su narración es bastante dinámica y aprovecha muy bien todas aquellas localizaciones que los desarrolladores nos permiten explorar.

Otros de los lugares que suelen hacer presencia en esta saga son las naves especiales, que tienen una evidente relevancia en la historia debido a la época en la que se ambienta esta saga, concretamente durante el año 2552. Estas naves gozan de menos libertad de acción en comparación a los anillos, por ejemplo, pero hay más detalles que nos dan pistas sobre la misión que estemos realizando. Por desgracia para los fans, su finalidad no es la de ser explorada como les gustaría, solamente son espacios para cumplir un tramo lineal que en muchas ocasiones es una parte intermedia de nuestro camino hasta llegar a la fase final de la partida.

Algunas de las naves más destacadas del arco argumental de Halo son el Pillar of Autumn, la Forward Unto Dawn o la Infinity, todas ellas pertenecientes a la UNSC. Como ya hemos dicho, es imposible interactuar con ellas en un sentido puramente rolero, pero en otros videojuegos sí que se nos da la oportunidad de conocer sus entresijos con el objetivo de conocer mejor el mundo narrativo de sus respectivas franquicias. Una de las sagas especializadas en este sentido es Mass Effect, un videojuego perteneciente a los RPG en el que las naves espaciales que el jugador utiliza para viajar también son una especie de submundos narrativos que forman un universo mucho más grande. En estas naves se pueden encontrar a todos los compañeros y compañeras que acompañan al protagonista durante su historia y cada uno de ellos tiene su propia historia y tareas en la nave, las cuales el jugador debe descubrir y conocer.

Otras de las localizaciones estrella de la saga Halo son los mundos extraterrestres en los que el Jefe Maestro realiza sus misiones junto a Cortana. Uno de los más queridos es Reach, uno de los mundos colonizados por el ser humano antes de su invasión por parte de El Covenant. Este mundo está inspirado en los paisajes nórdicos y oceánicos, con un llamativo parecido con Nueva Zelanda. Son tierras con una gran presencia de la fuerza de la naturaleza con montañas, ríos, lagos, océanos, glaciares y volcanes en los que el ser humano ha ido construyendo sus instalaciones militares y hogares donde criar a sus familias.

Durante la precuela Halo Reach el mundo narrativo de la franquicia se amplía al descubrirnos este inmenso y profundo planeta, en el cual existen diferentes lenguajes, dialectos y facciones que tienen sus diferencias con otros grupos humanos de la zona.

Una de las ciudades que el jugador visita durante el transcurso de la historia, Nueva Alejandría, es muy parecida a la Nueva Mombasa que podemos explorar en Halo 3: ODST, ambas muy futuristas, minimalistas y acordes a su época. En esta ciudad se nos desvelan muchos detalles relacionados con el modelo de convivencia que el ser humano ha ido desarrollando en ese periodo histórico y que alimentan el universo narrativo de la franquicia.

Otro mundo reseñable en la saga es Sanghelios, el hogar natal de la raza extraterrestre sangheili. Tiene muchas referencias y guiños a la cultura egipcia, está lleno de estructuras y esculturas colosales que son el reflejo de las antiguas generaciones sagradas de una población extremadamente religiosa. Es una localización con paisajes muy secos y arenosos en los que el usuario puede escalar y colarse por recovecos localizados en sus grandes montañas. Entre todos esos pequeños lugares escondidos, los desarrolladores del videojuego esconden elementos narrativos que alimentan el mundo narrativo de Halo y de la misión que se esté realizando en ese momento.

Cuando se presentó el primer *teaser* de Halo 4 la expectación era enorme, el hueco emocional que dejó el final de la trilogía original en la comunidad puso el listón de calidad muy alto. En este pequeño fragmento de vídeo se nos mostró por primera vez un mundo Forerunner que el jugador iba a poder explorar durante sus misiones. Esta localización se asemeja a la Estrella de la Muerte de Star Wars debido a su alto grado de robotización y estructuras mecanizadas. Durante los más de diez siglos en los que el planeta ha existido, ha albergado todo tipo de razas en su superficie, desde el propio Covenant hasta los Flood, y todas ellas han repercutido en la apariencia del planeta.



Figura 29. Requiem significó un soplo de aire fresco para las localizaciones de la saga.



Figura 30. El mundo narrativo de Halo 4 impresionó desde el primer momento.



Figura 31. Reach reunía todos los narrativos de Halo en un mismo videojuego.



Figura 32. Los pequeños espacios en los videojuegos suelen estar llenos de detalles.

4. Conclusiones

Los objetivos principales de este trabajo se han cumplido. Hemos analizado en qué consisten las narrativas transmedia y en qué se caracterizan las de la industria de los videojuegos. Todas ellas tienen las mismas funciones que otra cualquier, pero en este campo, la comunidad tiene un poder mucho mayor que en cualquier otro y en gran medida eso se debe a la naturaleza de los videojuegos y a su razón de ser. La conclusión a la que hemos llegado en este punto es que está en la comunidad la vida propia de las sagas puesto que, si no juega, si no se crea y si no se comparte, todo muere.

También hemos analizado los mundos transmediales de los videojuegos, centrándonos sobre todo en los pertenecientes al género *sandbox* y *RPG*. Estos mundos están hechos a la medida de los jugadores y de sus expectativas y experiencias como usuarios. Estos mundos están llenos de detalles de vida que otorgan un mayor realismo a la experiencia jugable de los consumidores, los cuales interactúan con su entorno de diferentes maneras. Es en el apartado online principalmente en el que los jugadores son parte de la narrativa jugable para los demás usuarios. El hecho de compartir objetivos, modos de juego y misiones cooperativas hace que el jugador pase a ser otro elemento más de ese mundo con el que interactuar.

El paso de estos consumidores de contenido a creadores o prosumidores es un proceso necesario para que estos mundos transmediales puedan seguir evolucionando a un ritmo natural. Para que esto sea posible es necesario que la desarrolladora de un videojuego inicie un proceso de *engagement* previo a la salida del producto que este goce de buena salud desde el primer momento. El proceso posterior de fidelización de esta base de seguidores solo se consigue mimando, protegiendo y priorizando los deseos de la comunidad por encima de los propios deseos económicos de la empresa. Solo de esta manera se puede conseguir un equilibrio perfecto para un mundo transmedial fuerte.

Para plasmar de una manera práctica toda esta teoría hemos utilizado a la franquicia de Halo como ejemplo de narrativa transmedia a partir de un videojuego. Se ha hecho un repaso a todos los productos culturales que tanto Bungie Studios como 343 Industries han ido dando forma a lo largo de los años hasta crear hoy en día un universo lleno de detalles y de una profundidad argumental considerable. Desde el primer Halo:

Combat Evolved hasta el último Halo 5: Guardians la comunidad ha aprovechado las herramientas de las que ha dispuesto para engrandar el universo original hasta un punto que desde un principio parecía imposible.

El papel de los *esports* y de los servicios *streaming* de juegos en directo ha ayudado en gran medida a que la comunidad de Halo y de prácticamente cualquier videojuego actual, a que se realice contenido dedicado a ser compartido con los demás usuarios. Este hecho es importante pues recalca la importancia de la comunidad, es ella y las personas las que mueven todo y hacen que el mecanismo natural de las narrativas transmedia se ponga en funcionamiento. Para ello, los medios son importantísimos para que las narrativas puedan producirse, crecer y desarrollarse por parte de los prosumidores.

En este sentido, las redes sociales han ayudado mucho a que el esfuerzo y los trabajos del *fanmade* llegue a ser reconocido y valorado por los demás jugadores. En este sentido también se ha abordado el tema de los derechos de autor y de poner límites legales por parte de las empresas a la creatividad de los usuarios. Desde un punto de vista económico y dentro del marco legal, no es adecuado reutilizar contenido y material que no le pertenece a la persona que lo edita o transforma, pero desde otra perspectiva puramente artística no es ético poner barreras a las ideas de tu propia comunidad ya que se puede volver en tu contra de un momento a otro.

Los problemas que se han ido produciendo durante la realización de este trabajo se han solventado sin problemas. Pese a la masificación de información en forma de usuarios y de cuentas prosumidoras, se ha conseguido concentrar en cierta manera el flujo de creaciones culturales más importantes y destacadas del universo de Halo, el cual está en constante funcionamiento y se hace complicado recolectar los mejores trabajos. Por suerte, gracias al trabajo de autores como Alberto Scolari o Henry Jenkins, estas tareas se han realizado de una manera mucho más correcta y se ha comprendido la esencia real de todo este esfuerzo colectivo sin ningún ánimo de lucro que se ha instalado en un mundo digital cada vez más marcado por la ecología de medios.

5. Bibliografía

ANYO, L. (2016). *El jugador implicado: Videojuegos y narraciones*. Madrid: Leartes.

CAMPLANS, C. (2014). *Transmedia: Entre teorías y prácticas*. Barcelona: UOC.

IRIGAY, F. y RENÓ, D. *Transmediaciones. Creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas*. Buenos Aires: Crujía.

HERNÁNDEZ, P. (2017). *Manga, anime y videojuegos: Narrativa cross-media japonesa*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.

JENKINS, H. (2015). *Cultura Transmedia*. Barcelona: Gedisa.

JENKINS, H. (2010). *Piratas de textos: Fans, cultura participativa y televisión*. España: Paidós Ibérica.

JENKINS, H. (2009). *Fans, blogueros y videojuegos: la cultura de la colaboración*. Barcelona: Editorial Paidós.

JUX BUENDÍA, A. (2016). *Análisis de la expansión transmedia y la figura del prosumidor en los juegos MMO: El caso de League of Legends (tesis de postgrado)*. Universidad de Alicante, Comunidad Valenciana, España.

LACASA, P. (2012). *Los videojuegos: Aprender en mundos reales y virtuales*. Madrid: Morata

LÓPEZ, Z. (2017, 11 de octubre). *Narrativas transmedia, la nueva forma de contar historias*. *Expansión*. Recuperado de <https://expansion.mx>

MARTÍN, E. (2017). *La dimensión narrativa de los videojuegos first-person shooter (tesis de grado)*. Universidad Complutense de Madrid, Comunidad de Madrid, España.

NAVARRO, V. (2016). *Libertad dirigida: Una gramática del análisis y diseño de videojuegos*. Madrid: Asociación Shangrila Textos Aparte.

PLANELLS DE LA MAZA, A. (2013). *Los videojuegos como mundos ludoficcionales: una aproximación semántico-pragmática a su estructura y significación*. Universidad Carlos III de Madrid, Comunidad de Madrid, España.

ROSENDO SÁNCHEZ, N. (2016). Mundos transmediales: revisión conceptual y perspectivas teóricas del arte de crear mundos, *Icono 14*, volumen (14), pp. 49-70. Doi:10.7195/ri14.v14i1.930.

SÁNCHEZ, M. (2012). *Narrativas transmediáticas. Mundos de ficción, hipermediaciones y prosumidores en la nueva ecología de medios*. México DF: Universidad Iberoamericana.

SCOLARI, C. (2013). *Narrativas Transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto S. A. Ediciones.

SCOLARI, C., BERTETI, P y FREEMAN, M. (2014). *Transmedia Archaeology: Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics and Pulp Magazines*. Reino Unido: Palgrave Macmillan.

SUÁREZ, A. (2016, 21 de marzo) ¿Qué es la narrativa en un videojuego? *Zehngames*. Recuperado de <https://www.zehngames.com>

TONES, J. (2014, 27 de noviembre). Pero... ¿qué cuenta Tetris? Una aproximación a la narrativa de los videojuegos. *Xataka*. Recuperado de <https://www.xataka.com>

TRENTA, M. (2018). *La industria del videojuego frente a la era digital*. Madrid: Fragua.

a. Índice de figuras.

Figura 1. ALLENDE, T. (2018). Diseño de diferenciación de los tipos de mundos narrativos. [Diferenciación de los dos mundos transmediales].

Figura 2. Max Payne 3 (Versión 5. 12, 2012) Rockstar. [Nivel final de Max Payne 3 en el que se nos da información sobre su mundo].

Figura 3. Fable II (Versión 3. 11, 2008) Lionhead Studios. [Unos de los hogares del usuario en Fable II].

Figura 4. Doom (Versión 2. 13, 1992) ID Software. Nivel intermedio de Doom para llegar a la parte final de la misión].

Figura 5. [Fan customizado como Gerarld de Rivia de la saga The Witcher] Disponible en <https://www.alfabetajuega.com>. Consulta: 9 de septiembre de 2018.

Figura 6. Fallout 4 (Versión 6. 17, 2016) Bethesda. [Mod realizado por la comunidad para vestirse como Darth Vader en Fallout].

Figura 7. Fortnite (Versión 2. 19, 2008) Epic Games. [Fortnite se ha convertido en uno de los juegos casuales más jugados].

Figura 8. Splinter Cell: Blacklist (Versión 4. 17, 2014) Ubisoft. [Alicientes de reserva para el usuario para el juego Splinter Cell].

Figura 9. Resident Evil Reborn (Versión 0. 18, 2015) Capcom. [Residente Evil Reborn, el remake de fans realizado por sus fans].

Figura 10. Fallout New California (Versión 4. 10, 2018) Obsidian. [Imagen de la expansión Fallout New California desarrollado por el fanmade].

Figura 11. Minecraft (Versión 1. 16, 2012) Mojang AB. [Minecraft, uno de los juegos que más apoya las creaciones de los jugadores].

Figura 12. Halo: Combat Evolved (Versión 7. 12, 2001) Bungie Studios. [Halo: Combat Evolved marcó un antes y un después en los videojuegos].

Figura 13. Halo 2 (Versión 5. 10, 2004) Bungie Studios. [Halo 2 llegó a disputarle el puesto a Halo por la mejor parte de la saga].

Figura 14. Halo 3 (Versión 2. 13, 2007) Bungie Studios. [Halo 3 supuso el final de una trilogía histórica].

Figura 15. Halo 3 (Versión 2. 13, 2007) Bungie Studios. [Imagen de un usuario creando su propio mundo en el modo Forge].

Figura 16. Halo 3: ODST (Versión 1. 12, 2009) Bungie Studios.[El Novato, el primer protagonista jugable humano de toda la franquicia].

Figura 17. Halo Reach (Versión 6. 17, 2010) Bungie Studios. [Halo Reach, el último trabajo de Bungie Studios para Microsoft].

Figura 18. HENDLER, S. (2014). Halo 4: Forward Unto Dawn: Estados Unidos. La primera vez que vemos al Jefe Maestro en la pequeña pantalla].

Figura 19. Halo: Nightfall (Temporada 1). Scott Free Productions. 2015.

Figura 20. NYLUND, E. (2006). *Halo: Ghosts of Onix*. Estados Unidos: Microsoft. [Halo: Ghosts of Onix aportó mucho material narrativo inédito a la saga].

Figura 21. NYLUND, E. (2003). *Halo: Ghosts of Onix*. Estados Unidos: Microsoft. [La figura del Jefe Maestro tiene una faceta más madura en los libros].

Figura 22. [Las convenciones de Halo reúnen siempre a muchos fans de la saga]. Disponible en <https://anthonyupton.photoshelter.com> Consulta: 9 de septiembre de 2018.

Figura 23. [Los esports le han dado otra dimensión al universo de la saga]. Disponible en <https://www.halowaypoint.com/en-us/esports> Consulta: 9 de septiembre de 2018.

Figura 24. TEETH, R. (2003) [Red vs Blue estaba formado por personajes interesantes tramas personales].

Figura 25. [Hay un evidente *product placement* en todo lo que rodea a la franquicia]. Disponible en <https://roosterteeth.com/series/red-vs-blue> Consulta: 8 de septiembre de 2018.

Figura 26. [Las cuentas de fans dedicados a la saga abundan en las redes]. Disponible en <https://twitter.com/HaloGear>. Consulta: 9 de septiembre de 2018.

Figura 27. [Los foros e hilos siempre acaban siendo donde más contenido se encuentra]. Disponible <https://www.reddit.com/r/halo/>. Consulta: 7 de septiembre de 2018.

Figura 28. [Instagram permite a los usuarios crear contenido muy diverso]. Disponible en <https://www.instagram.com/halo.reach/>. Consulta: 7 de septiembre de 2018.

Figura 29. Halo 4 (Versión 1. 18, 2014) Bungie Studios [Requiem significó un soplo de aire fresco para las localizaciones de la saga].

Figura 30. Halo 4 (Versión 1. 18, 2014) Bungie Studios [El mundo narrativo de Halo 4 impresionó desde el primer momento].

Figura 31. Halo Reach (Versión 2. 17, 2010) Bungie Studios [Reach reunía todos los narrativos de Halo en un mismo videojuego].

Figura 32. Mass Effect (Versión 3. 19, 2008) BioWare [Los pequeños espacios en los videojuegos suelen estar llenos de detalles].