

20 años de investigación en Transmedia: Definiciones, metodologías y campos de estudio

Jaime Ramiro Morejón VallejoUniversidad Nebrija (España) / Universidad Politécnica Salesiana (Ecuador) **Luis Miguel Pedrero Esteban**Universidad Francisco de Vitoria (España) <https://dx.doi.org/10.5209/rgid.97518>

Recibido: 18/11/2024 • Revisado: 10/04/2025 • Aceptado: 20/05/2025

ES Resumen. Esta investigación revisa las definiciones, metodologías y objetos de análisis más abordados en los estudios académicos sobre Narrativas Transmedia a partir de los artículos publicados entre 2003 y 2023 en revistas Q1 y Q2 de Scopus y Web of Science (N = 114). Se recurre a la metainvestigación como método para identificar las publicaciones y periodos con más trabajos, así como los objetos de estudio, metodologías y tecnologías dominantes. Los resultados reflejan que el ámbito más atendido es la no ficción, pese a que las primeras definiciones de Transmedia se vinculaban con la ficción. Se detectan, además, los enfoques y temáticas no tratados en torno a estas narrativas con el fin de orientar el desarrollo de futuras investigaciones en este campo.

Palabras clave. Transmedia, metainvestigación, recuento histórico, campos de estudio, metodologías

ENG 20 years of Transmedia research: Definitions, methodologies, and fields of study

ENG Abstract. This paper reviews the most frequently used definitions, methodologies, and objects of analysis in studies on Transmedia narratives based on articles published between 2003 and 2023 in Q1 and Q2 journals in Scopus and Web of Science (N = 114). Meta-research is used as a methodological resource to identify the publications and periods with the most papers, as well as the objects of study, methods, and technologies most used. The results reveal that non-fiction is the field that receives the most attention, even though the first definitions of Transmedia were linked to fiction. We also identify the approaches and themes that have not been dealt with in these narratives to guide the development of future research in this field.

Keywords. Transmedia, meta-research, historical account, fields of study, methodologies

Sumario. 1. Introducción. 2. Metodología. 3. Resultados. 4. Conclusiones. 5. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Morejón Vallejo, J. R.; Pedrero Esteban, L. M. (2026). 20 años de investigación en Trasmedia: Definiciones, metodologías y campos de estudio, en *Revista General de Información y Documentación* 36 (1), 63-73, e(ID doi). <https://dx.doi.org/10.5209/rgid.97518>

1. Introducción

En el escenario contemporáneo de información y entretenimiento digital, atraer y retener la atención de las audiencias se ha convertido en una imperiosa necesidad para quienes producen relatos de ficción y no ficción. Estos contenidos ya no solo narran o se distribuyen en una única plataforma, sino que se vuelcan, adaptan o expanden a través de otros medios, formatos y plataformas, lo cual ha modificado por completo las tradicionales reglas del periodismo (Rost et al., 2016).

De hecho, estos relatos han dejado de lado las experiencias unidireccionales para convertirse en bidireccionales, en las que el usuario, estudiante, lector o cualquier destinatario tiene un papel más protagónico, aportando en la construcción de las historias a través de contenidos generados por el usuario (Atarama-Rojas & Menacho-Girón, 2018). Todas estas expresiones se concentran en un único término: Transmedia.

Ningún trabajo académico ha logrado determinar cuál fue la primera experiencia Transmedia en el mundo, considerando que su práctica de expandir una historia en varios medios, soportes y plataformas con el aporte de los usuarios (Scolari, 2019) es muy anterior a su desarrollo teórico (Vázquez-Herrero & López-García, 2017); un ejemplo de ello se puede encontrar en las cartas al editor, en las que los lectores compartían sus opiniones y criterios para aportar con nueva información a los temas que trataba la prensa. Dentro de este tipo de experiencias también se puede considerar al periodismo ciudadano.

En cuanto a su origen teórico, Martos (2013), Renó y Renó (2017), Atarama-Rojas y Menacho-Girón (2018), Malenova (2018); Scolari (2019), Giraldo-Luque y otros (2020), Gomero y otros (2022), Freire Sánchez y otros (2022) y Urbano y Aguaded (2022) consideran que el primer acercamiento al tema se remonta a 1990, cuando Marsha Kinder introducía el término Intertextualidad Transmedia en su texto *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*, para describir la relación que se presenta entre varios textos, sean estos del mismo o de diferentes autores y así “reconocer, distinguir y combinar diferentes géneros populares y sus respectivas iconografías que atraviesan las películas” (Kinder, 1991). Más tarde, la relacionarían con ese carácter dialógico que posee todo discurso, donde cada emisor ha sido antes receptor (Berlanga Fernández et al., 2018). Incluso se hablaría de dos tipos de intertextualidad, una vertical y otra horizontal (Montoya-Bermúdez & Ferré-Pavía, 2022).

Sin embargo, Renó y Renó (2017), Atarama-Rojas y Menacho-Girón (2018) y Freire (2020) defienden que su origen responde a una experiencia distinta, planteada por Stuart Saunders Smith, quien en 1975 acuñó el término música Transmedia para describir cómo en una sola pieza se podían incluir diversas composiciones musicales, ejecutadas por distintos instrumentos y músicos, contemplando diferentes géneros. Cada una, por separado, tenía su propio valor y juntas adquirirían otro completamente distinto.

Posteriormente, el término Transmedia tomó un giro distinto y mayor fuerza en el 2003, cuando Henry Jenkins en su texto *Transmedia Storytelling* sostenía que habíamos entrado en la era de la convergencia de medios, que provocaba que el flujo de contenidos a través de múltiples medios sea casi inevitable, convirtiéndose en el futuro del entretenimiento en el que los usuarios buscan nuevos conocimientos sobre personajes o nuevas experiencias dentro de esos mundos ficticios (Jenkins, 2003).

Este autor proponía también que en el *Transmedia storytelling* cada medio hace lo que mejor sabe hacer, donde la historia de una película puede expandirse en otros formatos, como la televisión, las novelas o el cómic, sin necesidad de depender entre ellas para entender la trama (Jenkins, 2003); incluso se plantea que la misma se extiende de un extremo a otro, abarcando nuevos y viejos medios (Pineda-Martínez & Ruiz-Mora, 2019), donde cada uno de ellos puede constituirse como un punto de entrada para el usuario al mundo de la historia (Shamini, 2020).

Cada medio es independiente de otros, pero guarda con ellos cierta relación con una narrativa inicial, generando una ficción transversal (Freire, 2020), dado que el entretenimiento fue y sigue siendo el caldo de cultivo del Transmedia (Larrondo Ureta, 2016), que no solo debe atender el mensaje, también debe contemplar el proceso de comunicar el mismo (Picó et al., 2019). Además, se planteó que la convergencia se presenta entre el productor y el público (Urbano & Aguaded, 2022).

Como se ha evidenciado, a partir de 2003 han surgido varios aportes a su conceptualización, considerando la Transmedia como un movimiento centrífugo que expande una narrativa a través de varios medios, soportes y plataformas con el aporte de los prosumidores (Fernández-Ruiz, 2021). Incluso se ha llegado a plantear que existen proyectos Transmedia caracterizados por su multimodalidad, usando nuevas plataformas de medios para crear su propio universo (Evgeniya D., 2018). Entre los aportes se puede encontrar, además, que la narración Transmedia responde a varias tensiones, como: expansión vs. profundidad, continuidad vs. fragmentación, inmersión vs. atracción, construcción del mundo, serialidad, subjetividad y permeabilidad (Du Plessis, 2018; Mut Camacho & Miquel Segarra, 2019; Pineda-Martínez & Ruiz-Mora, 2019; Freire, 2020; Giraldo-Luque et al., 2020; Freire Sánchez et al., 2022).

Los aportes teóricos más representativos se pueden evidenciar tanto a nivel del contenido como del rol del usuario, así también en las adaptaciones del término a distintos contextos como la transpolítica (García-Orosa et al., 2017; Miranda-Galbe et al., 2021), donde se pueden encontrar estrategias de carácter *hard*, *soft* y *chewy* (Montoya-Bermúdez & Ferré-Pavía, 2022), el transpodcast (García-Marín & Aparici, 2020) o transradio (García Marín, 2022), la Transmedia espacial (Nanjangud & Reijnders, 2021), la Transmedialidad (Larrondo-Ureta et al., 2020), el aprendizaje Transmedia (González-Martínez et al., 2019), las habilidades Transmedia (Scolari et al., 2018), la educación Transmedia (Tárcia et al., 2023), la lectura Transmedia (Guerrero-Pico et al., 2022), el Transmedia *branding* (Campillo-Alhama & Martínez-Sala, 2019) y el periodismo Transmedia (Renó & Renó, 2017).

Sobre los aportes al contenido, uno de los más significativos lo representan los mundos Transmediales, donde la experiencia Transmedia comprende la actualización del *mythos*, *topos* y *ethos*; el primero de ellos está relacionado con la historia que hay de fondo, sus conflictos, personajes, siendo este el eje central de la historia; el segundo es el contexto histórico, económico, geográfico y demás donde se desarrolla la historia, para que esta pueda tener más credibilidad y profundidad; y, el tercero la filosofía, ética y códigos de comportamiento que dan sentido a ese mundo. Así, la experiencia Transmedia está situada en el tiempo, en el espacio y en el cuerpo del usuario (Hernández Ruiz, 2018; Fernández-Ruiz, 2021; Miranda-Galbe et al., 2021; Pedrero-Esteban et al., 2023).

También se habla de adaptaciones y reescrituras de las historias (Pérez López, 2023), así como de prototextos, contenidos generados con anterioridad, y metatextos, esos que aportan nuevos significados (Evgeniya D., 2018). También se habla de accesos expandidos, contenidos adaptados, contenidos expandidos, actividades relacionadas y productos de la marca (García-Marín & Aparici, 2018), incluso de contenidos Transmedia que pueden establecer relaciones de redundancia, expansión y modificación de contenidos (Rodríguez Fidalgo et al., 2021). Además, se proponen niveles de textos, donde se encuentran primarios, secundarios y terciarios (Rodríguez Fidalgo et al., 2021), así como distintas formas de expansión, expresada en analépticos, paralépticos, prolépticos y elípticos (Sánchez Zapatero & Fernández Rodríguez, 2020), otros aportes hablan de adición, omisión, transposición y permutación (Miranda-Galbe et al., 2021).

En cuanto a los aportes teóricos sobre el rol del usuario se identifica que el público participa de cuatro maneras: generando contenidos, redistribuyendo, marcándolo y remezclándolo (Martín Ramallal & Micaletto Belda, 2021). Incluso su perfil es el de *produser*, entendido como esos usuarios que crean, comparten y expanden los contenidos en distintas redes y plataformas (Guerrero-Pico et al., 2018; Condeza et al., 2019). Asimismo, se encuentra la distinción entre un *follower*, quien solo consume el producto, y un *fan*, encargado de desarrollar otras actividades (Torregrosa-Carmona & Rodríguez-Gómez, 2017). Sobre su participación, (García-Marín & Aparici, 2020) destacan que no existen medios participativos, sino ecosistemas participativos. Además, se habla de experiencias donde se motiva a las personas a compartir relatos a través de mingas de historias (Maruri Castillo, 2020), así como las colaboraciones Transmedia (Brusk & Engström, 2020) o las intervenciones colaborativas (Urbano & Aguaded, 2022).

A este tipo de prácticas, en las que el usuario expande el contenido, les han denominado Contenido Generado por el Usuario (CGU), incluso se habla de una clasificación en *fan fiction*, *fan vid*, *fan art* y *machinima* (Guerrero-Pico & Scolari, 2016). Haciendo referencia a la implicación emocional e intelectual con los programas de televisión, se habla de *fan* y *anti-fan* (Lacalle & Castro-Mariño, 2016). Además, aparecen terminologías para describir sus prácticas como los *early adopters*, quienes descubren algo nuevo y comparten su experiencia mediante una recomendación personal (López Villafranca, 2019), así como los *fandom* forenses, aquellos que observan las historias para identificar patrones, errores, inconsistencias y continuidades (Scott, 2017).

Otras aportaciones teóricas tienden a la necesidad de clasificar las experiencias Transmedia, considerándose como *top-down* y *bottom-up* (Guerrero-Pico & Scolari, 2016), así como las *bottom to bottom* (Rodríguez Fidalgo, 2021) o como estratégicas y tácticas (Pedrero-Esteban et al., 2023). Incluso se proponen los componentes de la narración Transmedia, clasificados por diegéticos, extradiegéticos y mixtos (Eguzkitza-Mestraitua et al., 2023).

En materia de investigación, la narración Transmedia ha sido estudiada desde distintos campos, como las series de ficción (Krüger & Rustad, 2017; Torregrosa-Carmona & Rodríguez-Gómez, 2017; Berlanga Fernández et al., 2018; Eguzkitza-Mestraitua et al., 2023), las experiencias en el cine (Hanssen, 2019; Freire Sánchez et al., 2022), en los videojuegos (Fernández-Ruiz, 2021; Fernández Ruiz & García-Reyes, 2021; Mochocki & Koskimaa, 2021), en el marketing con experiencias de emplazamiento inverso (Álvarez-Rodríguez & Selva-Ruiz, 2021; Álvarez Rodríguez, 2022; Álvarez-Rodríguez & Selva-Ruiz, 2022; Álvarez-Rodríguez et al., 2023), en las caricaturas (Álvarez-Rodríguez & Selva-Ruiz, 2022; Guerrero-Pico & Scolari, 2016), entre otros.

En cuanto a las tecnologías mencionadas para producir, difundir o expandir contenidos dentro de un proyecto Transmedia, uno de ellos indica que el cambio tecnológico no elimina a los medios anteriores, los absorbe modificando las rutinas centrales de las nuevas dinámicas (Broullón-Lozano & Lamuedra Graván, 2020). A pesar de los aportes teóricos y metodológicos, Transmedia aún no tiene una definición en la Real Academia Española, tampoco en el Oxford Dictionary (Villa-Montoya & Montoya-Bermúdez, 2020).

2. Metodología

Esta investigación tiene por objetivo conocer los temas más frecuentes que están presentes en la investigación sobre Transmedia con relación a su definición, metodologías utilizadas para investigar sobre este tema y los campos de estudios que han sido tratados en esta área en las revistas de alto impacto de Ciencias Sociales de las bases de datos científicas Scopus y Web of Science, durante los últimos 20 años, desde que Henry Jenkins, referente y uno de los autores más citados en este campo planteó y definió el *Transmedia Storytelling*.

Esta investigación recurrió, como principal herramienta, al análisis bibliométrico, que permite “analizar cuantitativamente un amplio grupo de documentos académicos (...) teniendo en cuenta un extenso rango temporal y espacios geográficos diversos” (Villa-Montoya & Montoya-Bermúdez, 2020, p. 253).

Con el fin de identificar las aportaciones que se han hecho sobre Transmedia, se realizó una metainvestigación, es decir, “un método descriptivo cuantitativo vinculado a las técnicas del análisis de contenido, específicamente diseñadas para investigar cómo se organiza el ‘formato’ de artículo científico como medio de comunicación y difusión entre públicos especializados” (Saperas y Carrasco, 2019, p. 222).

El primer filtro que se estableció para seleccionar la muestra fue la selección de artículos publicados en revistas indexadas de los cuartiles 1 y 2. Se decidió trabajar con las mismas en vista de que cuentan con un proceso de revisión de pares muy riguroso, que garantiza la calidad y el impacto de las investigaciones en la comunidad científica. Cabe mencionar que los cuartiles para ambas bases de datos científicas fueron obtenidos a partir de una consulta realizada en *Scimago Journal Country and Rank*.

Un segundo filtro fue seleccionar solo artículos en inglés y en español, tomando en cuenta que el primero de ellos es considerado como el idioma de la ciencia y el segundo en los últimos años presenta un incremento en el número de investigaciones, sobre todo en el tema central de esta investigación. Asimismo, solo se tomaron en cuenta artículos de acceso abierto que permita a cualquier persona comprobar los resultados a los que se llegan en el presente.

Los artículos seleccionados de Scopus fueron obtenidos a partir de una búsqueda de la palabra Transmedia en títulos, *abstract* y *keywords*, en el campo de las Ciencias Sociales, solo artículos académicos finalizados, publicados

en inglés y en español, de acceso abierto, desde 2003 hasta el 2023. El total de artículos ascendió a 94¹. De estos, dos eran de versión de pago, que no fueron tomados en cuenta, quedando la muestra en 92. Tras seleccionar únicamente las de los cuartiles 1 y 2, la muestra llegó a 78.

En cuanto a Web of Science, la búsqueda se realizó de la misma palabra: Transmedia, en los artículos del área de Comunicación, publicados en idiomas de español e inglés; para ello, se accedió a las bases de datos KCI Korean, ProQuest y Social Science Citation Index, y se seleccionaron artículos que pertenecen a revistas de los cuartiles 1 y 2. El resultado arrojó 94 artículos² de KCI Korean, de los cuales se pudo acceder a 29, los restantes 65 fueron de pago. De estos 29, 11 ya estaban presentes en Scopus, los restantes 18 fueron nuevos para el análisis.

Por su parte, en *Social Science Citation Index* se encontraron 59, de los cuales 16 no eran de libre acceso, 25 fueron encontrados en otras bases de datos y 18 resultaron nuevos para la investigación³. No se consideró revisar otras bases de datos científicas como Scielo, ya que sus publicaciones se centran en América Latina y el Caribe, lo que no permitiría tener una revisión global del tema.

Así, se analizaron en total 114 artículos científicos entre ambas bases de datos científicas. La búsqueda fue parametrizada para identificar patrones y coincidencias sobre Transmedia en los campos que se detallan en la matriz I.

Matriz 1. Variables a analizar dentro de la muestra

Variable	Categoría
Idioma	1.- Español 2.- Inglés
Convergencia	0.- No se menciona 1.- Sí se menciona
Participación por parte de los usuarios	0.- No se menciona 1.- Sí se menciona
Principios de la Transmedia (Jenkins, 2009)	0.- No se menciona 1.- Sí se menciona
Tipos de Transmedia	0.- No se menciona 1.- Sí se menciona
Género	1.-Ficción 2.- No ficción 3.- Ambos
No ficción	1. Periodismo 2. Documental 3. Publicidad y corporativos 4. Alfabetización mediática 5. Iniciativas de conciencia social 6. Educación 7. Política 8. Arte y cultura 9. Otro
Metodología	0. No se menciona 1. Cualitativa 2. Cuantitativa 3. Mixta 4. Otra
Tipo de método	1. Inductivo 2. Deductivo 3. Ambos
Enfoque	1. Descriptivo 2. Explicativo 3. Exploratorio 4. Comparativo 5. Interpretativista
Objeto de estudio	1. Contenido 2. Medios, canales y plataformas 3. El usuario y sus prácticas 4. Aportes teóricos 5. Otras

¹ La búsqueda en Scopus está disponible en este enlace: <https://bit.ly/4atux0g>

² La búsqueda en Web of Science está disponible en este enlace: <https://www.webofscience.com/wos/alldb/summary/38138ee8-5340-41a2-88e8-93b8a74373f8-e0702f5d/relevance/1>

³ Esta búsqueda está disponible en <https://www.webofscience.com/wos/woscc/summary/3b6fef1a-3042-477b-a8c7-5f54341eb5c6-fcdac241/relevance/1>

Tecnología (Broullón-Lozano & Lamuedra Graván, 2020)	0.- No se menciona 1.- Viejas tecnologías 2.- Nuevas tecnologías 3.- Ambas
Phydigital (Tárcia et al., 2023)	
Autores con más presencia en la Bibliografía	1. Kinder 2. Jenkins 3. Scolari

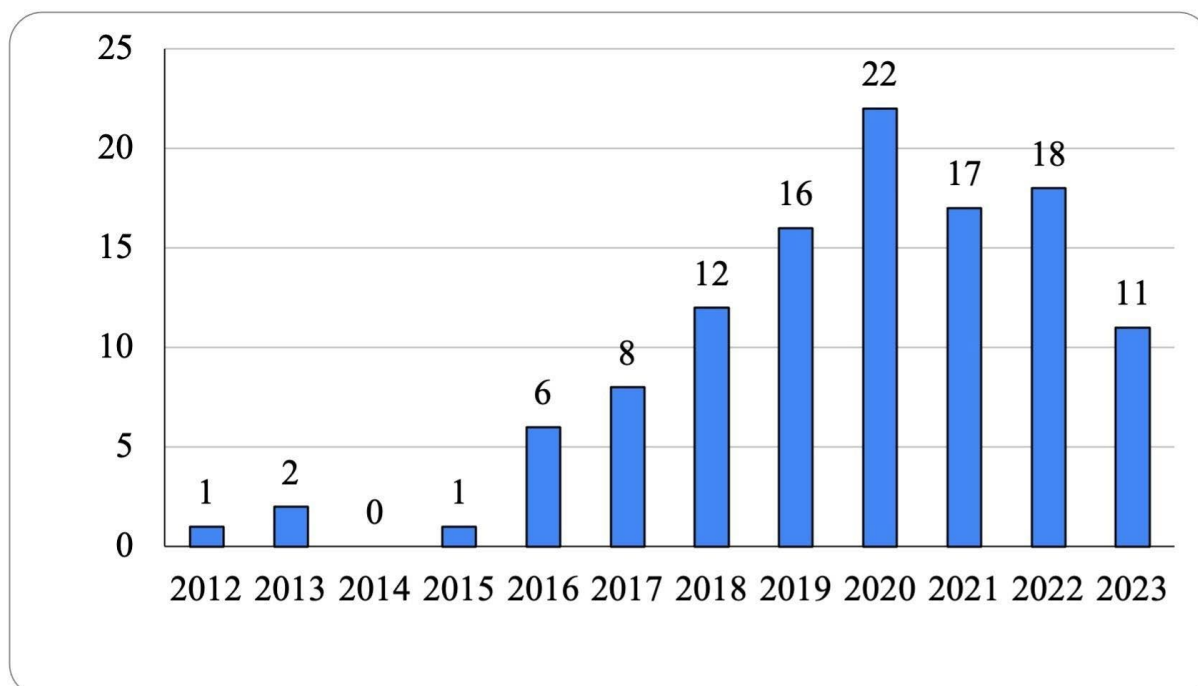
3. Resultados

Con la información obtenida se presentan, de entrada, algunos datos generales relacionados con el número de artículos científicos publicados por año, así como la cantidad de publicaciones por cada revista indexada, los artículos por cuartiles y los idiomas presentes en las mismas.

Posteriormente se exponen los resultados relacionados con las definiciones, metodologías y campos de estudio más recurrentes identificados en la muestra. Ambos resultados permiten identificar la evolución en los estudios de Transmedia, así como los temas no abordados.

3.1. Años, revistas e idiomas con más investigaciones

De los 114 artículos analizados, 22 fueron publicados en 2020, siendo este el año con más investigaciones, seguido de 2022 (18), 2021 (17), 2019 (16) y 2018 (12). Aunque en 2003 Henry Jenkins realizó el aporte teórico más significativo, en 2012 empieza a tener presencia el término en artículos científicos de alto impacto. Un dato particular es que en la muestra analizada no se lograron identificar publicaciones en 2014. Desde ese año, las publicaciones sobre el tema han ido creciendo paulatinamente hasta 2020, año desde el cual las mismas empiezan a descender. Esta proyección por años se presenta en la gráfica 1



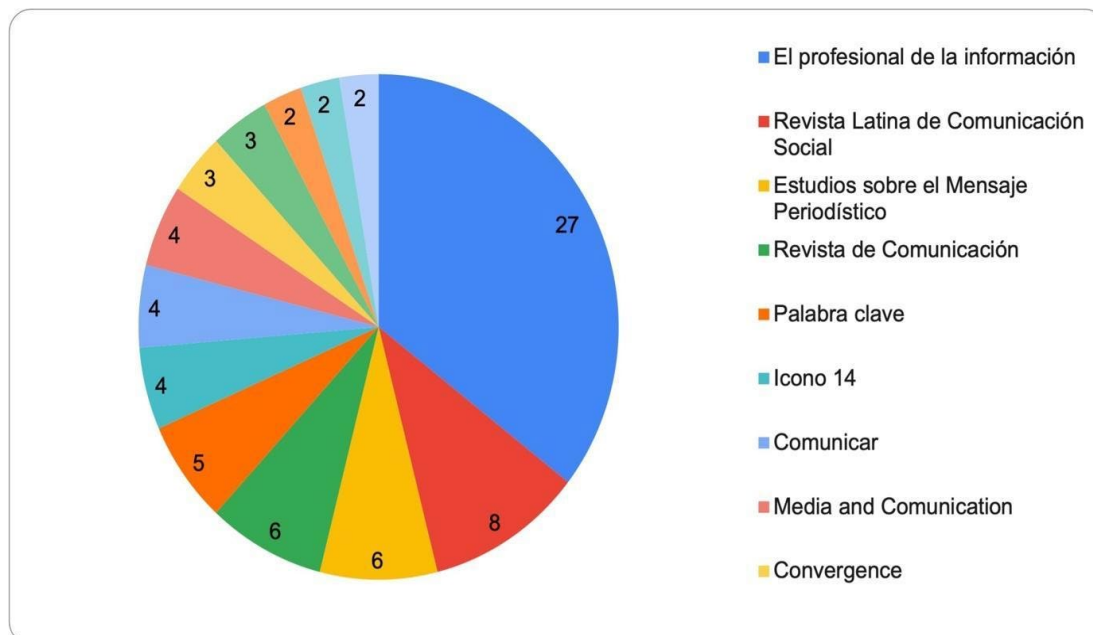
(Gráfico.1). Número de artículos científicos publicados por año en la muestra de estudio. Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las revistas, las que más artículos han publicado sobre Transmedia son Profesional de la información (27), Revista Latina de Comunicación (8), Estudios sobre el Mensaje Periodístico (6), Revista de Comunicación (6), Palabra Clave (5), Comunicar (4), Ícono 14 (4), Media and Communication (4), Convergence (3), Communication and society (3), Historia y Comunicación (2), Index Comunicación (2) y Revista Mediterránea de Comunicación (2). Esta descripción se presenta en la gráfica 2.

Un total de 38 revistas solo cuentan con una publicación sobre el tema⁴ En cuanto a los cuartiles, un total de 88 son 1, mientras que 26 son 2.

Finalmente, con relación a los idiomas, se pudo identificar que, de los 114 artículos, 67 de ellos están en español y 47 están en inglés, aunque este último es el idioma de origen de la palabra Transmedia.

⁴ Las revistas de la muestra que solo tienen un artículo publicado sobre Transmedia, en orden alfabético, son: *Analisi, Artnodes, Brno studies in English, Brumal, Cuadernos info, Delta, Education Science, European Journal of English Studies, Families, Relationships and societies, Frontiers in Communication, Gaia, Gema online, iJet, International Journal of Cultural Studies, Journal of Science Communication, Journal of Siberian Federal University, Journalism and media, Language and semiotic studies, Latin American Research Review, New media & Society, Ocnos, Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural, Perspectives from the social sciences, Praktyka Teoretyczna, Publishing, Research Quarterly, Revista Científica de Educomunicación, Routledge Current Issues in Tourism, Routledge Learning, media and technology, Sage open, Sign Systems Studies, Signa, Social Media + Society, Social Sciences, Sustainability, Television & New Media y Théleme. Revista Complutense de Estudios Franceses.*



(Gráfico.2). Número de publicaciones por revistas indexadas que conforman la muestra de estudio. Fuente: Elaboración propia

3.2. Transmedia, una definición que se consolida en el tiempo

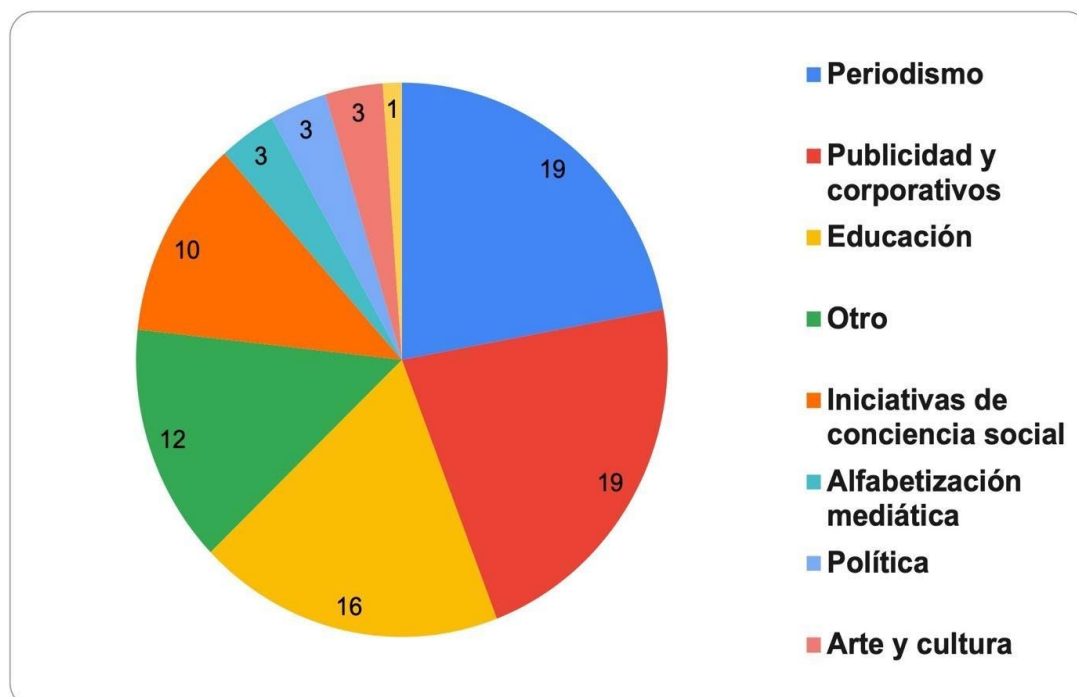
El primer tema que se investigó estuvo relacionado a las dos características esenciales de la Narrativa Transmedia, según la propuesta de Scolari (2013), que manifiesta:

1. Expansión del relato a través de varios medios, y
2. Colaboración de los usuarios en ese proceso expansivo.

Así, el análisis reveló que en 87 de los 114 artículos se define la Transmedia en relación con la convergencia, mientras que sólo en 72 se hace referencia a la participación o colaboración de los usuarios. Esto deja en evidencia un punto de saturación, ya que no existen nuevos datos que aporten al concepto.

Sobre los principios de la narración Transmedia, únicamente en 9 artículos que forman parte de la muestra se menciona este tema. En cuanto a sus tipos, solo 9 lo contemplan en sus artículos, dejando en evidencia que ambos casos no han sido objetos de estudio frecuentes. Sobre estos últimos los más citados son los contenidos canon y fandom.

Dentro de la muestra, en su gran mayoría abordan temas que no están relacionados con la no ficción (86), siendo la ficción un tema secundario (27). Solo uno de ellos aborda ambos ejes en su artículo, a propósito del podcast en España y sus experiencias en ambos ejes (García Marín, 2022). Sobre los artículos que abordan no ficción, los ejes más tratados son: Periodismo (19), Publicidad y corporativos (19), Educación (16), Otros (12), Iniciativas de conciencia social (10), Alfabetización mediática (3), Política (3), Arte y Cultura (3) y Documental (1). Esta realidad se evidencia en la gráfica 3.



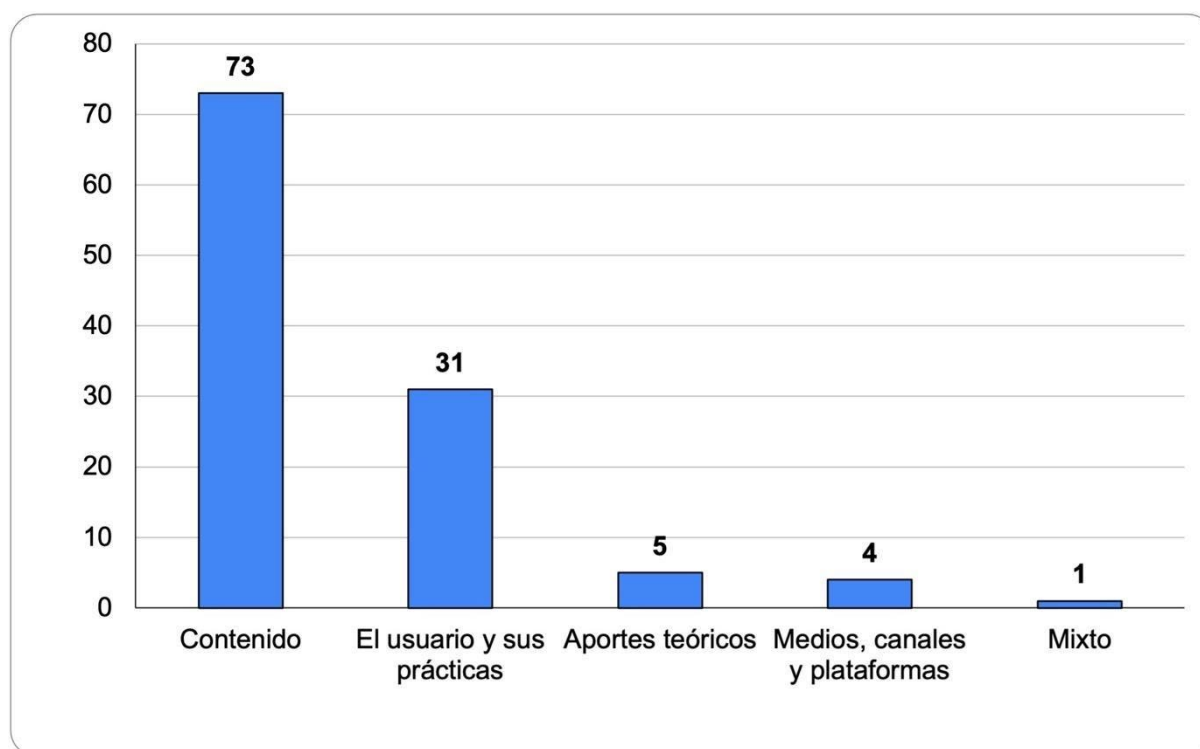
(Gráfico.3). Número de publicaciones por cada eje de no ficción. Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los otros, en este se encuentran experiencias de *realities shows* (Torrego et al., 2021), prácticas creativas (Evgeniya D., 2018), prácticas de lectoescrituras (Guerrero-Pico et al., 2022), percepciones de los padres sobre la relación que tienen sus hijos con las pantallas (Condeza et al., 2019), propiedad intelectual (Díaz-Noci & Tous-Roviro, 2012), participación del medio con el usuario (García-Marín, 2020), variedad de contenidos que generan los podcast (García-Marín & Aparici, 2018), consumo mediático por parte de adolescentes (Carrera et al., 2020), habilidades Transmedia (Guerrero-Pico et al., 2018), divulgación científica (Chomón-Serna & Busto-Salinas, 2018), habilidades Transmedia y WhatsApp (Costa-Sánchez & Guerrero-Pico, 2020) y controversias deportivas (Bou-Franch, 2022)

Sobre la metodología mencionada en los artículos, un total de 27 son mixtas, 25 son de carácter cualitativo, mientras que solo uno es cuantitativo; lo mismo ocurre con un artículo que usa otra, específicamente una de tipo semiótica (Davidson, 2021). En 58 no se menciona ningún tipo de metodología utilizada. En dos de ellos se menciona el uso de una metodología cualitativa y otra, puntualmente un estudio etnográfico cualitativo e interpretativo (García Marín, 2022) y una metodología de diseño UX interactiva (Palioura & Dimoulas, 2022).

En cuanto a métodos, un total de 103 no hacen referencia a ninguno, 6 se describen como inductivos, 4 se consideran mixtos y 1 deductivo. Además, sobre su enfoque, en 85 no se menciona ninguno, 10 se asumen como exploratorios, 9 son considerados descriptivos, 2 son comparativos y 2 interpretativistas. En 6 de ellos se mencionan dos enfoques: cinco apuestan por estudios descriptivo-exploratorio y uno es descriptivo-interpretativista.

En cuanto a objetos de estudio, un total de 73 de los 114 están relacionados con el contenido, 31 con los usuarios y sus prácticas, 5 son aportes teóricos, 4 hacen referencia a los medios, canales y las plataformas y 1 que habla del contenido y del usuario (Lacalle & Castro-Mariño, 2016). En cuanto a objetos de estudio, su distribución se presenta de la gráfica 4.



(Gráfico.4). Distribución de los objetos de estudio presentes en los artículos analizados. Fuente: Elaboración propia

En materia de tecnología, 34 artículos de la muestra no hacen referencia a ninguna, mientras que solo 3 describen el uso de una tecnología analógica dentro de las experiencias Transmedia, mientras que 43 hablan de digitales y 34 son mixtas. Finalmente, solo en diez de ellos se cita a Marsha Kinder como una de las pioneras en mencionar el término Transmedia; Jenkins está presente en 88 de los 114 artículos, y Scolari en 74.

4. Conclusiones

Las formas tradicionales de contar historias ya no resultan novedosas, tanto para quienes las producen como para los que las consumen o para aquellos que realizan ambas tareas. Por ello, surge la necesidad de crear contenidos que brinden experiencias distribuidas en múltiples formatos y medios, lo que a su vez motive la participación de los usuarios en la construcción de la historia y de la experiencia; para lograrlo, la narrativa Transmedia se vislumbra como una de las vías más eficientes.

De todo lo hallado en la investigación, resulta relevante mencionar que el idioma predominante es el español y el campo de estudio más frecuente es la no ficción, donde el periodismo tiene un protagonismo especial. Aunque se confirma como tendencia en la generación y consumo de contenidos, el número de investigaciones sobre Transmedia dentro de la muestra ha empezado a descender en los últimos tres años, aunque refleja un importante incremento desde 2015 hasta 2020.

Esta investigación constituye una base sólida para entender la evolución del estudio de la Narrativa Transmedia durante los últimos veinte años con respecto a su definición, metodologías de investigación y campos de estudio atendidos. A su vez, da la posibilidad de ser actualizada o complementada con otras bases de datos científicas u otras décadas, e incluso permite analizar y comparar las publicaciones realizadas entre las revistas mencionadas en el presente.

Este artículo también brinda la posibilidad de elaborar futuras investigaciones alrededor de otros temas como los medios, canales y plataformas ideales para la creación de experiencias de este tipo, iniciativas colectivas para la expansión de historias, divulgación científica y Transmedia, evaluación de la efectividad de las Narrativas Transmedia o relación entre Narrativas Transmedia y cultura popular, por citar algunas.

Aunque existe un sin número de aportes teóricos al tema, aún quedan otros por indagar de gran interés para los investigadores, como el periodismo Transmedia, sus formas de captar y atraer lectores, sus prácticas, tendencias e innovaciones, sostenibilidad social y económica, el perfil del periodista Transmedia, así como sus experiencias fallidas, en vista de que en la muestra solo se pudo identificar descripciones de este tipo de proyectos, así como casos de éxito. Si bien no se habla de experiencias fallidas dentro del Transmedia, hay autores que proponen que no hay proyectos de este tipo que sean considerados exitosos (Brusk & Engström, 2020).

Los autores del presente consideran indispensable realizar investigaciones sobre el periodismo Transmedia que permitan brindar alternativas para enfrentar la crisis de credibilidad que atraviesa el oficio, que requiere de propuestas innovadoras para atraer y retener la atención de los usuarios.

5. Referencias bibliográficas

- Alaminos-Fernández, A. F. (2020). La caracterización musical transmedia de las identidades juveniles: el caso de la serie *Stranger Things*. *Fonseca, Journal of Communication*, (21), 87-105. <https://doi.org/14201/fjc20202187105>
- Álvarez Rodríguez, V. (2022). Turismo cinematográfico en Nueva Zelanda: Hobbiton Movie Set como estrategia inversa. *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management* 20(4), 1023-1038. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.068>
- Álvarez-Rodríguez, V., Jiménez-Marín, G., & Ramírez-Alvarado, M. D. M. (2023). Del storytelling a la cultura participativa. Análisis de un caso histórico de emplazamiento de producto inverso en la comunicación comercial española. *Historia y Comunicación Social*. Universidad Complutense de Madrid (UCM). <https://doi.org/10.5209/hics.84331>
- Álvarez-Rodríguez, V., & Selva-Ruiz, D. (2021). Product placement inverso y storydoing como herramientas para la construcción de marca: el caso pionero de IKEA. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 27(4), 1013-1022. <https://doi.org/10.5209/esmp.75504>
- Álvarez-Rodríguez, V., & Selva-Ruiz, D. (2022). La cerveza del bar de Moe: marcas y narrativas transmedia. *Palabra Clave*, 25(3) <https://doi.org/10.5294/pacla.2022.25.3.8>
- 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>
- Barrios Rubio, A. (2016). Narrativa periodística en la convergencia de medios. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 22(1), 163-176. https://doi.org/10.5209/rev_esmp.2016.v22.n1.52587
- Barrios-O'Neill, D., & Hook, A. (2019). Invisible Belfast: Flat ontologies and remediation of the post-conflict city. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 27(1), 212-228. <https://doi.org/10.1177/1354856519896174>
- Berlanga Fernández, I., Arjona Martín, J. B., & Merino Arribas, A. (2018). Semiótica digital en la serie de ficción el Ministerio del Tiempo. *Revista Signa*, 27, 233-262.
- Broullón-Lozano, M. A., & Lamuedra Graván, M. (2020). Digital Technologies and the Public Sphere in Spain: Spatial Metaphors, Viewers' Perceptions and Demands in Light of the Democratic Challenge (2014–2017). *Journalism and Media*, 1(1) <https://doi.org/10.3390/journalmedia1010007>
- Brusk, J., & Engström, H. (2020). Marvinter: A case study of an inclusive transmedia storytelling production. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 27(1), 103-123. <https://doi.org/10.1177/1354856520923972>
- Campillo-Alhama, C., & Martínez-Sala, A. (2019). Events 2.0 in the transmedia branding strategy of World Cultural Heritage Sites. *El Profesional De La Información*, 28(5) <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.09>
- Carrera, P., Blanco-Ruiz, M., & Sainz-De-Baranda Andújar, C. (2020). Consumo mediático entre adolescentes. Nuevos medios y viejos relatos en el entorno transmedia. *Historia Y Comunicación Social*, 25(2) <https://doi.org/10.5209/hics.72285>
- Chomón-Serna, J., & Busto-Salinas, L. (2018). Ciencia y transmedia: binomio para la divulgación científica. El caso de Atapuerca. *El Profesional De La Información*, 27(4), 938-946. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.22>
- Condeza, R., Herrada-Hidalgo, N., & Barros-Fríz, C. (2019). Nuevos roles parentales de mediación: percepciones de los padres sobre la relación de sus hijos con múltiples pantallas. *El Profesional De La Información*, 28 (4)1 <https://doi.org/10.3145/epi.2019.jul.02>
- Davidson, K. (2021). The Challenges of the Virtual Classroom-The Semiotics of Transmedial Literacy in VR Education. *Lenguaje and Semiotic Studies*, 7(4)
- Díaz-Noci, J., & Tous-Rovirosa, A. (2012). La audiencia como autor: narrativas transmedia y propiedad intelectual del público. Algunas reflexiones jurídicas. *El Profesional De La Información*, 21(5), 458-467. <https://doi.org/10.3145/epi.2012.sep03>
- Du Plessis, C. (2018). Prosumer engagement through story-making in transmedia branding. *International Journal of Cultural Studies*, 22(1), 175-192. <https://doi.org/10.1177/1367877917750445>
- Duránte-Stolle, P., & Martínez-Sanz, R. (2019). Politainment in the transmedia construction of the image of politicians. *Communication & Society*, 32(2), 111-126. <https://doi.org/10.15581/003.32.2.111-126>
- Eguzkitza-Mestraitua, G., Casado-Del-Río, M., & Guimerá-I-Orts, J. (2023). RTVE's transmedia strategy aimed at young audiences: the case of Playz (2017-2020). *Communication & Society*, 36(3), 1-17. <https://doi.org/10.15581/003.36.3.1-17>

- Evgeniya D., M. (2018). Creative Practices in Translation of Transmedia Projects. *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences*, 11(5), 775-786. <https://doi.org/10.17516/1997-1370-0269>
- Fernández Ruiz, M., & García-Reyes, D. (2021). Blacksad: Under the Skin. Transmedia and Ludification as Cultural Experience. *Revista De Comunicación*, 20(2) <https://doi.org/10.26441/RC20.2-2021-A7>
- Fernández-Ruiz, M. (2021). Más Allá de la Adaptación. Assassin's Creed y los Mundos Transmediales. *Trasvases Entre La Literatura Y El Cine*, (3), 103-116. <https://doi.org/10.24310/trasvasesitlc.vi3.12337>
- Freire Sánchez, A., Gracia-Mercadé, C., & Vidal-Mestre, M. (2022). Referentes intertextuales para la expansión y la profundidad en la creación de un universo narrativo transmedia. Estudio de caso: la saga Vengadores. *Palabra Clave*, 25(4) <https://doi.org/10.5294/pacla.2022.25.4.2>
- Freire, M. (2020). Transmedia Storytelling: from Convergence to Transliteracy. *DELTA: Documentação De Estudos Em Lingüística Teórica E Aplicada*, 36(3) <https://doi.org/10.1590/1678-460x2020360309>
- Galán, E. (2014). Relato transmedia vinculado a marcas: el personaje de Benito como instrumento de branded content. *El Profesional De La Información*, 25(6) <https://doi.org/10.3145/epi.2016.nov.08>
- García-Marín, D. (2020). Hacia una lingüística de la interacción mediática. Aproximación al diseño de la participación significativa medio-usuario desde el podcasting independiente. *El Profesional De La Información*, <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.05>
- García-Marín, D. (2022). New media, new practices? A study of the first Spanish podcast community and its pioneers. *Social Sciences*, 11(7), Artículo 308. <https://doi.org/10.3390/socsci11070308>
- García-Marín, D., & Aparici, R. (2018). Nueva comunicación sonora. Cartografía, gramática y narrativa transmedia del podcasting. *El Profesional De La Información*, 27(5), 1071-1081. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.11>
- García-Marín, D., & Aparici, R. (2020). Voces domesticadas y falsa participación: Anatomía de la interacción en el podcasting transmedia. *Comunicar*, 28(63), 97-107. <https://doi.org/10.3916/c63-2020-09>
- García-Orosa, B., Vázquez-Sande, P., & López-García, X. (2017). Narrativas digitales de los principales partidos políticos de España, Francia, Portugal y Estados Unidos. *El Profesional De La Información*, 26(4), 589-600. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.jul.03>
- Giraldo-Luque, S., Tejedor, S., Portalés-Oliva, M., & Carniel-Bugs, R. (2020). Competencias transmedia en estudiantes de Periodismo: producción y edición de contenidos informativos multimedia. *Icono14*, <https://doi.org/10.7195/ri14>
- Gomero, G., Barredo-Ibáñez, D., & Hernández-Ruiz, J. (2022). El transmedia en la educación superior. Una investigación cualitativa. *Revista Latina De Comunicación Social*, (81), <https://doi.org/10.4185/rlcs-2023-1838>
- González-Martínez, J., Esteban-Guitart, M., Rostan-Sánchez, C., Serrat-Sellabona, E., & Estebanell-Minguell, M. (2019). What's up with transmedia and education? A literature review. *Digital Education*, 36
- Guerrero-Pico, M., & Scolari, C. A. (2016). Narrativas transmedia y contenidos generados por los usuarios: el caso de los crossovers. *Cuadernos.Info*, (38), 183-200. <https://doi.org/10.7764/cdi.38.760>
- Guerrero-Pico, M., Establés, M., & Costa-Sánchez, C. (2022). Fan fiction y prácticas de lectoescritura transmedia en Wattpad: una exploración de las competencias narrativas y estéticas de adolescentes. *El Profesional De La Información*, <https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.12>
- Guerrero-Pico, M., Masanet, M., & Scolari, C. A. (2018). Toward a typology of young producers: Teenagers' transmedia skills, media production, and narrative and aesthetic appreciation. *New Media & Society*, 21(2) <https://doi.org/10.1177/1461444818796470>
- Hanssen, S. K. (2019). New Tools for the Immersive Narrative Experience. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET)*, 14(16), 40-54. <https://doi.org/10.3991/ijet.v14i16.10591>
- Hellín-Ortuño, P., Trindade, E., & García-López, J. (2019). Latin-American perceptions on definitions and arguments about crossmedia and transmedia in advertising. *El Profesional De La Información*, 28(4) <https://doi.org/10.3145/epi.2019.jul.08>
- Hernández Ruiz, J. (2018). Diseñando Mundos Transmedia: el caso Plot 28 (2013) Designing Transmedia Worlds: the case of Plot 28 (2013). *Revista Latina De Comunicación Social*, 74, 12-32. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1319>
- Idone Cassone, V. (2021). Gotta face 'em all: Pokémon, Japanese animated characters, and the emergence of playful visual animism. *Sign Systems Studies*, 49(3-4), 543-565. <https://doi.org/10.12697/sss.2021.49.3-4.15>
- Jauregui Caballero, A., & Ortega Ponce, C. (2020). Narrativas transmediáticas en la apropiación social del conocimiento. *Revista Latina*, (77), 357-372. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2020-1462>
- Kałuża, A. (2019). Materiality of poetry: Words and bodies/Words and pictures (Ewa Partum, Andrzej Tobis, Adam Kaczanowski). *Praktyka Teoretyczna*, , 131-150. <https://doi.org/10.14746/prt2019.4.7>
- Kinder, M. (1991). *Playing with power in movies, television, and video games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. University of California Press. <http://publishing.cdlib.org/ucpressebooks/view?docId=ft4h4nb22p;brand=ucpress>
- Krüger, S., & Rustad, G. C. (2017). Coping with Shame in a Media-saturated Society: Norwegian Web-series Skamas Transitional Object. *Television & New Media*, 20(1), 72-95. <https://doi.org/10.1177/1527476417741379>
- Kustrit, A., & Kustritz, A. (2021). Transmediating difference: Fictional filter bubbles and transmedia storytelling. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 28(3), 699-713. <https://doi.org/10.1177/13548565211029724>
- Lacalle, C., & Castro-Mariño, D. (2016). Promotion of Spanish scripted television on the internet: analyzing broadcast-related websites' content and social audience. *El Profesional De La Información*, 25(2), 246-253. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.mar.11>
- Lam, A., & Tegelberg, M. (2019). Witnessing glaciers melt: climate change and transmedia storytelling. *Journal of Science Communication*, 18(02) <https://doi.org/10.22323/2.18020205>

- Larrondo Ureta, A. (2016). The advance of autonomous public televisions in the convergent scenario: analysis of transmedia journalistic experiences in EITB and CCMA. *Communication & Society*, 29(4), 107-120. <https://doi.org/10.15581/003.29.4.107-120>
- Larrondo-Ureta, A., Peña-Fernández, S., & Agirreazkuenaga-Onaindia, I. (2020). Hacia una mayor participación de la audiencia: experiencias transmedia para jóvenes. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 26(4), 1445-1454. <https://doi.org/10.5209/esmp.71375>
- López Villafranca, P. (2019). Estudio de casos de la ficción sonora en la radio pública, RNE, y en la plataforma de podcast del Grupo Prisa en España. *Anuario Electrónico De Estudios En Comunicación Social Disertaciones*, 12(2), 65-78. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.6547>
- López-Hidalgo, A., & López-Redondo, I. (2021). Nuevos registros narrativos en el periodismo cómic. Un estudio de caso: La grieta. *El Profesional De La Información*, 30(1) <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.17>
- Machala, K. (2021). The Handmaid's Tale vs. The Handmaid's Tale. The graphic novel as a modern reading of the traditional novel. *Brno Studies in English*, (1), 181-203. <https://doi.org/10.5817/bse2021-1-10>
- Malenova, E. D. (2018). Creative practices in translation of transmedia projects. *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences*, 11(5), 775-786. <https://doi.org/10.17516/1997-1370-0269>
- Martin Neira, J. I., Trillo Domínguez, M., & Olvera Lobo, M. D. (2023). Comunicación científica tras la crisis del COVID-19: estrategias de publicación en TikTok en el tablero transmedia. *Revista Latina De Comunicación Social*, (81), 109-132. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2023-1841>
- Martín Ramallal, P., & Micaletto Belda, J. P. (2021). Tiktok, red simbiótica de la generación z para la realidad aumentada y el advergaming inmersivo. *Revista De Comunicación*, 20(2) <https://doi.org/10.26441/rc20.2-2021-a12>
- Martori-Muntsant, A. (2023). Multimedia and transmedia dynamics in local press: utopia or fact? An analysis of the Catalan case. *Revista Mediterránea De Comunicación*, 14(2), 299-309. <https://doi.org/10.14198/medcom.23868>
- Martos, E. (2013). A propósito de torres y de libros: la circularidad de las lecturas (de Borges a Rapunzel). *Ocnos*, 141-157.
- Maruri Castillo, M. (2020). Narramos el Centro Histórico de Quito" Las historias familiares preservan la memoria. *Publicaciones*, 50(4), 63-74. 10.30827/publicaciones.v50i4.17781
- 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>
- Mochocki, M., & Koskimaa, R. (2021). Story beats in videogames as value-driven choice-based unit operations. *Images. the International Journal of European Film, Performing Arts and Audiovisual Communication*, 29(38) <https://doi.org/10.14746/i.2021.38.01>
- Montoya-Bermúdez, D., & Ferré-Pavía, C. (2022). Estrategias de comunicación transmedia en campañas políticas: Los casos de Colombia y México en las elecciones presidenciales de 2018. *Latin American Research Review*, 57, 369-387. <https://doi.org/10.1017/lar.2022.34>
- Mut Camacho, M., & Miquel Segarra, S. (2019). La narrativa transmedia aplicada a la comunicación corporativa. *Revista De Comunicación*, 18(2) <https://doi.org/10.26441/rc18.2-2019-a11>
- Nanjangud, A., & Reijnders, S. (2021). 'I felt more homely over there ...': analysing tourists' experience of Indianness at Bollywood Parks Dubai. *Current Issues in Tourism*, 25(15), 2443-2456. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1968804>
- Newberry, J., & Pace-Crosschild, T. (2020). Braiding sweetgrass families: a transmedia project on parenting in Blackfoot Territory. *Families, Relationships and Societies*, 9(1), 173-180. 10.1332/204674319x15592173807871
- Olmedo-Salar, S., & López-Villafranca, P. (2019). Análisis comparativos de 'Podcasts' y series televisivas de ficción. Estudio de casos en España y Estados Unidos. *Index Comunicación*, 9, 183-213.
- Ortega Fernández, E. A., & Padilla Castillo, G. (2020). Diálogo transmedia de las series de televisión. La superación de la Quinta Pared en House of Cards. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 26(3), 1101-1120. <https://doi.org/10.5209/esmp.67783>
- Palioura, M., & Dimoulas, C. (2022). Digital Storytelling in Education: A Transmedia Integration Approach for the Non-Developers. *Education Sciences*, 12(8) <https://doi.org/10.3390/educsci12080559>
- Pedrero-Esteban, L., Terol-Bolinches, R., & Arense-Gómez, A. (2023). El podcast como extensión transmedia sonora de la ficción audiovisual. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 14(1), 189-202. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23392>
- Pereira, S., Fillol, J., & Moura, P. (2019). El aprendizaje de los jóvenes con medios digitales fuera de la escuela: De lo informal a lo formal. *Comunicar*, 27(58), 41-50. <https://doi.org/10.3916/c58-2019-04>
- Pérez López, P. (2023). Lupin, ejemplos de adaptación y de reescritura de una misma obra. *Thélème. Revista Complutense De Estudios Franceses*, 38(1), 37-45. <https://doi.org/10.5209/thel.81549>
- Pérez-Rodríguez, A. (2020). Homo sapiens, homo videns, homo fabulators. La competencia mediática en los relatos del universo transmedia. *Revista ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 18(2) <https://doi.org/10.7195/ri14.v18i2.1523>
- Picó, M., Sáez, E., & Galán, E. (2019). Investigación transmedia. Cultura participativa en la creación del conocimiento académico. *El Profesional De La Información*, 28(4) <https://doi.org/10.3145/epi.2019.jul.14>
- Pineda-Martínez, P., & Ruiz-Mora, I. (2019). Comunicación interna y narrativas transmedia, nuevas estrategias para la empresa responsable. Estudio de caso de Telefónica. *El Profesional De La Información*, 28(5) <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.24>
- Renó, D., & Renó, L. (2017). Algoritmo y noticia de datos como el futuro del periodismo transmediaimagético. *Revista Latina De Comunicación Social*, 72, 1468-1482. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1229>

- Rodríguez Fidalgo, M. I., Paño Ambrosio, A., & Ruiz Paz, Y. (2021). La plataforma Dark.Netflix como ejemplo de estrategia de amplificación de la transfuncionalidad transmedia. *Revista De Comunicación*, 20(2), 339-353. <https://doi.org/10.26441/rc20.2-2021-a18>
- Rost, A., Bernardi, M. T., & Bergero, F. (2016). *Periodismo transmedia, la narración distribuida de la noticia*. PubliFadecs.
- Rowse, J., Arnseth, H. C., & Cabello, P. R. (2023). From boundaries to entangled story lines: untangling young people's material and immaterial storied practices. *Learning, Media and Technology*, 48(4), 632-648. <https://doi.org/10.1080/17439884.2023.2244878>
- Sánchez Zapatero, J., & Fernández Rodríguez, M. (2020). ¿Y si no se descarta lo imposible? Sherlock Holmes en el universo fantástico. *Brumal. Revista De Investigación Sobre Lo Fantástico*, 8(2), 41-62. <https://doi.org/10.5565/rev/brumal.717>
- Scolari, C. A., Masanet, M., Guerrero-Pico, M., & Establés, M. (2018). Transmedia literacy in the new media ecology: Teens' transmedia skills and informal learning strategies. *El Profesional De La Información*, 27(4), 801-812. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.09>
- Scolari, C. A. (2013). Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Centro Libros PAPF, S.L.U. Grupo Planeta. Barcelona. España.
- Scolari, Carlos Alberto (2019), Media Evolution. Sobre el origen de las especies mediáticas, Buenos Aires, La Marca Editora.
- Scolari, C. A. (2019). Transmedia is dead. Long live transmedia. (or life, passion and the decline of a concept). *LIS. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad Mediatizada*, (20), 69 a 92.
- Scolari, C. A. (2019). The revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (Well, Two Actually. Five More on Friday). 12 de diciembre. http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html
- Shamini, M. (2020). Multimodal Engagement through a Transmedia Storytelling Project for Undergraduate Students. *GEMA Online® Journal of Language Studies*, 20(3), 19-40. <https://doi.org/10.17576/gema-2020-2003-02>
- Snelling, M. (2021). The Audiobook Market and Its Adaptation to Cultural Changes. *Publishing Research Quarterly*, 37(4) <https://doi.org/10.1007/s12109-021-09838-1>
- Tárcia, L., Carvalho Alzamora, G., Cunha, L., & Rampazzo Gambarato, R. (2023). Transmedia educommunication method for social sustainability in low-income communities. *Frontiers in Communication*, <https://doi.org/10.3389/fcomm.2023.1077807>
- Terrasa Rico, M., Blanco Alfonso, I., & Garbisu Buesa, M. (2021). El estrellato como mitología de la era digital: hiperculturalidad y "El mal querer" de Rosalía. *Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 19(2), 388-410. <https://doi.org/10.7195/ri14.v19i2.1734>
- Torrego, A., Gutiérrez-Martín, A., & Hoechsmann, M. (2021). The Fine Line between Person and Persona in the Spanish Reality Television Show La isla de las tentaciones: Audience Engagement on Instagram. *Sustainability*, 13(4) <https://doi.org/10.3390/su13041753>
- Torregrosa-Carmona, J., & Rodríguez-Gómez, E. (2017). Comunidades de fans y ficción televisiva. Estudio de caso: El ministerio del tiempo (TVE). *El Profesional De La Información*, 26(6), 1139-1148. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.nov.13>
- Torres-Martín, J. L., Castro-Martínez, A., & Díaz-Morilla, P. (2022). Metodología transmedia en los grados de comunicación audiovisual en España. *Index Comunicación*, 12(2), 99-122. <https://doi.org/10.33732/ixc/12/02metodo>
- Trillo-Domínguez, M., & Alberich-Pascual, J. (2017). Deconstrucción de los géneros periodísticos y nuevos medios: de la pirámide invertida al cubo de Rubik. *El Profesional De La Información*, 26(6), 1091-1099. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.nov.08>
- Urbano, R., & Aguaded, I. (2022). Posicionamiento de franquicias infantiles transmedia. Estudio de los casos Cleo & Cuquín y Piny. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales*, 211-223. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n35a1623>
- Van Dam, D., & Polak, S. (2021). Owning Gilead: franchising feminism through Margaret Atwood's The Handmaid's Tale and The Testaments. *European Journal of English Studies*, 25(2), 172-189. <https://doi.org/10.1080/13825577.2021.1950362>
- Vásquez Arias, M. (2018). Variantología de lo transmedial entre España y Latinoamérica: Espectáculos públicos e hibridación mediática en los siglos XVIII y XIX. *Artnodes*, (21), 109-118. <https://doi.org/10.7238/a.v0i21.3189>
- Vázquez-Herrero, J., & López-García, X. (2017). El documental interactivo como formato en los medios audiovisuales : estudio de caso de RTVE y Al Jazeera*. *Anàlisi Quaderns De Comunicació i Cultura*, 47-61. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3100&q>
- Villa-Montoya, M. I., & Montoya-Bermúdez, D. (2020). ¿Transmedia o cross-media? Un análisis multidisciplinar de su uso terminológico en la literatura académica. *Co-Herencia*, 17(33), 249-275. <https://doi.org/10.17230/co-herencia.17.33.9>